HUBUNGAN DAYA TARIK WISATA DENGAN MOTIVASI BERKUNJUNG WISATAWAN KE ALAM WISATA CIMAHI

Wanjat Kastolani [1)], Sri Marhanah [(2)], Ghassani Fauzan [(3)]

Program Studi Manajemen Resort & Leisure.
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
Universitas Pendidikan Indonesia.

Wanjat_pci@upi.edu
srimarhanah@upi.edu
ghassanifzn@gmail.com

ABSTRAK

Alam Wisata Cimahi adalah satu objek wisata alam di Kota Cimahi yang terletak di Jl. Kolonel Masturi, Kelurahan Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara. Dari data kunjungan yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa tingkat kunjungan wisatawan dari tahun ke tahunnya mengalami penurunan. Penurunan jumlah wisatawan dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Daya tarik wisata merupakan salah satu faktor penting dalam menarik motivasi wisatawan untuk berkunjung. Daya tarik wisata yang baik dapat memotivasi wisatawan untuk berkunjung. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi, mengidentifikasi motivasi berkunjung wisatawan serta mengetahui seberapa erat hubungan antara daya tarik wisata dengan motivasi berkunjung wisatawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif dalam penelitian ini akan menggunakan data kuantitatif yang nantinya akan diolah secara statistik. Data diperoleh dari hasil perhitungan kuesioner, observasi lapangan dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan adalah korelasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik wisata terhadap motivasi berkunjung wisatawan ke Alam Wisata Cimahi dan memiliki hubungan yang cukup kuat. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pihak pengelola dapat meningkatkan segala aspek daya tarik yang dimiliki kawasan ini sehingga mampu untuk lebih memotivasi wisatawan yang berkunjung.

Kata Kunci : daya tarik wisata, motivasi berkunjung

ABSTRACT

Alam Wisata Cimahi is one of famous tourist spot in Cimahi located at Kolonel Masturi Street, Kelurahan Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara. However, from year to year were declining in the number of visitors to the Alam Wisata Cimahi. The decrease in the number of tourists can be caused by many factors. Tourist attraction is one of the most important things to motivate tourist to visit. A good tourist attraction will motivate tourists to visit a destination. The purpose from this research was to identify the tourist attraction of Alam Wisata Cimahi, identified the tourist motivation, and analyze the correlation between the tourist attraction with visiting tourists motivation of Alam Wisata Cimahi. This study used descriptive. Data was collected using questionnairees, field observations and conduct literature study. The analysis technique used is the correlation method. The result showed a Alam Wisata Cimahi has a good enough tourist attraction of tourists mind, tourist motivation for visiting Alam Wisata Cimahi because aspects of needs, and this result showed a

significant correlation between tourists attraction and tourist visiting motivation. And the strength of the correlation is strong enough. With this research is expected that manager can improve all the aspects tourist attraction of Alam Wisata Cimahi so it can be motivate tourists to visit.

Keywords: tourist attraction, visiting motivation

Kawasan wisata alam yang dimiliki Kota Cimahi adalah Alam Wisata Cimahi yang merupakan perbatasan diantara Kota Cimahi dan Kabupaten Bandung Barat. Alam Wisata Cimahi didirikan oleh CV. Kebun Tani Anugrah sebagai wujud keinginan dari pengusaha untuk mengembangkan pariwisata di bidang pendidikan pertanian, peternakan dan kuliner dan melihat potensi lokasi di kota Cimahi, serta untuk mensejahterakan masyarakat sekitar. Alam Wisata Cimahi sendiri diresmikan pada tanggal 18 Oktober 2009 oleh Walikota Cimahi pada saat itu yaitu Ir. H. Itoch Tochija dan pada awal di resmikan Alam Wisata Cimahi masih berfokus pada kegiatan usaha kuliner di mana berdiri sebuah *restaurant* yang menyuguhkan berbagai variasi menu mulai dari tradisional sunda, *Chinese* dan modern. Adapun berbagai fasilitas seperti gedung serbaguna, fasilitas *outbound* dan pertanian. Seiring dengan berkembangnya waktu dimana Alam Wisata menjadi salah satu tujuan wisata favorit di kota Cimahi.

Alam Wisata Cimahi terus berbenah dengan menambah fasilitas-fasilitas baru seperti kolam renang, saung budaya, jembatan gantung, peternakan, kolam pemancingan, arena ketangkasan domba, *roller coaster*. Alam Wisata Cimahi ini memiliki target pasar yang beragam baik untuk grup kecil maupun grup besar, baik wisatawan yang datang dengan keluarga maupun instansi perusahaan. Alam Wisata Cimahi juga menawarkan berbagai macam paket untuk rombongan untuk berbagai macam kegiatan seperti reuni, *gathering, wedding, meeting*, ulang tahun. Mulai dari kegiatan sekolah untuk anak-anak, dewasa, perusahaan, keluarga, dan lain-lain.

Berikut merupakan tabel data kunjungan wisatawan ke Alam Wisata Cimahi dari tahun 2010 hingga 2014 yaitu :

Tabel 1
Data Kunjungan Wisatawan ke Alam Wisata Cimahi
Periode 2010-2014

No	Tahun	Jumlah
1	2010	30979
2	2011	74576
3	2012	121806
4	2013	86554
5	2014	68340

Sumber : Manajemen AWC

Dapat terlihat pada Tabel 1 tingkat kunjungan wisatawan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun yaitu adanya kenaikan dan penurunan kunjungan wisata. Penurunan jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu indikasi dari melemahnya minat atau motivasi wisatawan untuk berkunjung. Faktor lain dari melemahnya kunjungan wisatawan yaitu persaingan daya tarik wisata lainnya. Menurut salah satu pengelola kawasan Alam Wisata Cimahi yaitu Bapak Mamen bagian HRD, beliau mengatakan bahwa hal itu bisa saja terjadi karena adanya *competitor* Alam Wisata Cimahi itu sendiri yaitu kawasan Kampung Daun ditambah dengan hadirnya kawasan wisata baru yaitu Dusun Bambu pada awal tahun 2014. Serta masih belum adanya pengembangan atraksi wisata. (*Sabtu, 28 Maret 2015*)

Menurut hasil wawancara dengan beberapa pengunjung Alam Wisata Cimahi, dapat disimpulkan bahwa potensi wisata yang dimiliki Alam Wisata Cimahi

sudah cukup menarik, namun ada beberapa fasilitas yang dirasa wisatawan masih kurang lengkap serta belum adanya pengembangan atraksi wisata yang juga dirasa masih kurang sampai saat ini. Berbagai kemungkinan yang dapat menyebabkan kurangnya minat wisatawan yaitu kurangnya keberagaman atraksi, inovasi baru maupun sarana penunjang lainnya serta strategi promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola. Hal ini tentu perlu menjadi perhatian bagi pihak pengelola. Dengan adanya keberagaman daya tarik wisata yang mampu menarik minat wisatawan, maka kemungkinan besar banyak wisatawan yang datang untuk menikmati atraksi wisata di kawasan tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam rangka menemukan seberapa erat hubungan antara daya tarik wisata dengan motivasi berkunjung wisatawan. Melihat pentingnya daya tarik wisata yang mendorong atau memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu objek wisata. Dari hasil pemaparan dan penjelasan yang telah dipaparkan berikut adalah identifikasi masalah penelitian :

1. Bagaimana tanggapan wisatawan mengenai daya tarik wisata di Alam Wisata Cimahi?
2. Bagaimana motivasi berkunjung wisatawan di Alam Wisata Cimahi?
3. Bagaimana hubungan daya tarik wisata dengan motivasi berkunjung wisatawan ke Alam Wisata Cimahi?

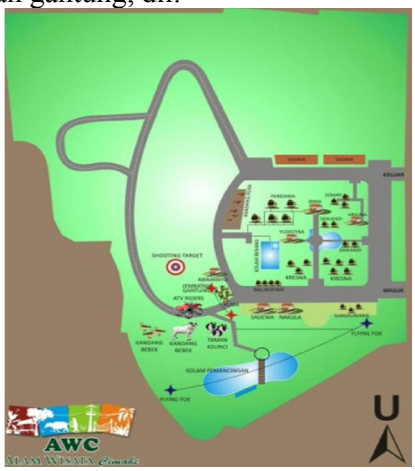
Definisi Operasional dari penelitian ini:

1. Daya tarik wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. (Suwantoro, 2004)
2. McIntosh (1977) dan Murphy (1985, cf. Sharpely, 1994) dalam Pitana dan Gayatri (2005, hlm. 59) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), *Cultural motivation* (motivasi budaya), *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi) disebut juga sebagai *status and prestige motivation.*

Lokasi yang menjadi tempat untuk penelitian ini adalah Alam Wisata Cimahi tepatnya berada di Jl. Kolonel Masturi KM 14 No. 157 RT.001/RW.0013 Kelurahan Cipageran, Kecamatan Cimahi Utara. Berjarak sekitar 4 km dari pusat kota Cimahi dan hanya sekitar 30 hingga 45 menit dari pusat kota Bandung karena letaknya yang berada di antara Kabupaten Bandung dan Kabupaten Bandung Barat.

Alam Wisata Cimahi memiliki luas 6,7 hektar. Awal mulanya kawasan ini hanya berkonsentrasi pada bisnis kuliner atau *restaurant* namun seiring dengan berjalannya waktu kawasan Alam Wisata Cimahi memanfaatkan kondisi alamnya yang begitu indah untuk dijadikan tidak hanya sarana kuliner namun juga sarana edukasi dan juga *fun for kids* dimana kawasan ini menawarkan berbagai aktivitas wisata yang menarik seperti *outbound*, *camping ground, ATV riders*,

dan juga didukung dengan fasilitas lengkap lainnya seperti kolam renang, jembatan gantung, dll.



Alam Wisata Cimahi memiliki berbagai macam atraksi wisata serta fasilitas penunjang lainnya yaitu diantaranya area *outbound, camping ground, ATV riders*, serta didukung fasilitas-fasilitas penunjang lainnya seperti *restaurant*, kolam renang, saung budaya, jembatan gantung, peternakan, kolam pemancingan, arena ketangkasan domba dll. *Restaurant* yang menawarkan berbagai menu mulai dari tradisional sunda, *Chinese* dan western untuk *regular* dan juga berbagai kegiatan seperti reuni, *gathering, wedding, meeting*, ulang tahun, dll.

METODE

Penelitian ini menggunakan variabel bebas X yang merupakan daya tarik wisata dengan variabel terikatnya Y adalah motivasi berkunjung. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif dalam penelitian ini akan menggunakan data kuantitatif yang nantinya akan diolah secara statistik. Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan data primer (observasi dan kuesioner) dan data sekunder (studi kepustakaan, dokumentasi dan pencarian data di internet). Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh wisatawan Alam Wisata Cimahi. Sedangkan sampel diambil sebanyak 100 orang responden wisatawan Alam Wisata Cimahi. Adapun teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik korelasi *Rank Sperman.* Korelasi *Spearman* merupakan alat statistik untuk mengukur keeratan hubungan; data yang diukur memiliki skala ordinal. Adapun uji korelasi *Rank Spearman*d engan rumus sebagai berikut:

$$r_S = 1 - \frac{6 \sum di^2}{n\,(n^2 - 1)}$$

Keterangan:
di = selisih rank xi dengan yi
n = jumlah responden

HASIL DAN PEMBAHASAN

Alam Wisata Cimahi didirikan oleh CV. Kebun Tani Anugrah sebagai wujud keinginan dari pengusaha untuk mengembangkan pariwisata di bidang pendidikan pertanian, peternakan dan kuliner dan melihat potensi lokasi di kota cimahi, serta untuk mensejahterakan masyarakat sekitar. Berdasarkan penelitian, hubungan daya tarik wisata dengan motivasi berkunjung wisatawan ke Alam Wisata Cimahi, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

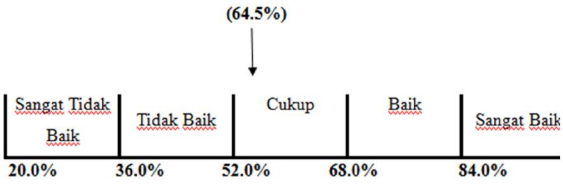
1. Daya Tarik Wisata

Tabel 2. Rekapitulasi Daya Tarik Wisata Variabel X

No	Sub Variabel	Skor Total
1.	Sumber daya Alam dan Buatan	1898
2.	Aksesibilitas	675
3.	Amenitas	2588
Total Skor		**5161**
Total Persentase		**64.5%**

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2015)

Pada tabel 2. menunjukkan bahwa rekapitulasi daya tarik wisata berdasarkan pernyataan yang telah ditentukan, mendapatkan nilai sebesar 5161, atau sebesar 64.5% berada pada kategori ”Cukup”. Hal tersebut dapat lebih jelas terlihat melalui garis kontinum berikut ini :



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2015)

Gambar 1. Penilaian kelas interval variable X

Gambar 1. menunjukan, rata-rata responden berada pada daerah “Cukup”. Dengan nilai 5161 atau sebanyak 64.5 % dengan demikian daya tarik wisata berada pada kategori cukup baik. Daya tarik wisata di Alam Wisata Cimahi secara keseluruhan menunjukkan tanggapan yang cukup positif. Artinya daya tarik maupun atraksi wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi sangat berpotensi dikembangkan baik dari segi atraksi wisata maupun fasilitas wisatanya. Dilihat dari segi luas lahan maupun kondisi alamnya sangat mendukung untuk dikembangkan lagi. Tentu saja Alam Wisata Cimahi dapat menjadi salah satu destinasi pilihan wisata yang menarik di Jawa Barat khususnya di Kota Cimahi.

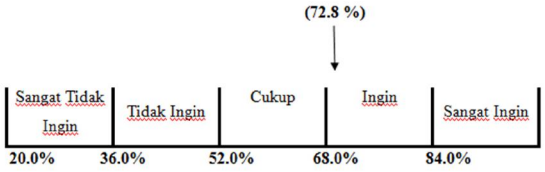
2. Motivasi Berkunjung

Tabel 3. Rekapitulasi Motivasi Berkunjung Variabel Y

No	Sub Variabel	Skor Total
1.	*Phyisal or Physicological Motivation*	1510
2.	*Cultural Motivation*	672
3.	*Social Motivation*	1093
4.	*Status and Prestige Motivation*	732
Total Skor		**4007**
Total Persentase		**72.8%**

Sumber: Hasil Pengolahan Data (2015)

Pada tabel 3. menunjukkan bahwa rekapitulasi motivasi berkunjung wisatawan berdasarkan pernyataan yang telah ditentukan, mendapatkan nilai sebesar 4007, atau sebesar 72.8% berada pada kategori ”Ingin”. Hal tersebut dapat lebih jelas terlihat melalui garis kontinum berikut ini :



Sumber: Hasil Pengolahan Data (2015)

Gambar 2. Penilaian kelas interval variable Y

Gambar 2. menunjukan, rata-rata responden berada pada daerah “Ingin”. Dengan nilai 4007 atau sebanyak 72.8% dengan demikian motivasi berkunjung wisatawan berada pada kategori tinggi.

3. Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Motivasi Berkunjung

Dalam pengujian hipotesis penelitian ini ada dua jenis perhitungan data, yaitu analisis koefisiensi dan Signifikansi Korelasi. Hasil perhitungan signifikansi korelasi akan ditujukkan pada gambar berikut:

Hubungan	Koefisien Korelasi Rank Spearman	Kekuatan Hubungan	t hitung	t tabel	Kesimpulan
X-Y	0.459	Cukup Kuat	5.750	1.980	Terdapat hubungan yang signifikan

Sumber : Hasil Pengolahan Data Peneliti Menggunakan SPSS for Windows 20.0

Gambar 3. Korelasi antara Daya Tarik dengan Motivasi Berkunjung

Berdasarkan gambar 3. variabel (X) Daya Tarik Wisata memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel (Y) Motivasi Berkunjung karena t hitung sebesar 5.750 lebih besar daripada t tabel (95%) db=98 sebesar 1.980. Maka kesimpulan dari pengujian hipotesis ini adalah Ho ditolak dan Ha diterima, dengan jawaban "Terdapat hubungan yang signifikan antara Daya Tarik Wisata dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Alam Wisata Cimahi".

Perhitungan koefisien korelasi menggunakan rumus Korelasi *Spearman Rho*. Perhitungan analisis koefisiensi korelasi dan signifikansi korelasi ini menggunakan bantuan computer dengan program *SPSS for Windows 20.0* dan menggunakan rumus *Nonparametric Spearman Rho.* Hasil perhitungan analisis korelasi dapat dilihat pada gambar berikut :

Correlations

			var_x	var_y
Spearman's rho	Daya Tarik Wisata	Correlation Coefficient	1.000	.459**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Motivasi Berkunjung	Correlation Coefficient	.459**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Koefisiensi dan Signifikansi Korelasi

Dari gambar 4. diatas menyatakan bahwa variabel (X) Daya Tarik Wisata dengan variabel (Y) Motivasi Berkunjung menunjukkan nilai sebesar 0.459 (4,59%) berarti variabel (X) Daya Tarik Wisata memiliki hubungan yang "**Cukup Kuat"** dengan variabel (Y) Motivasi Berkunjung yang berada pada rentang 0,400 – 0,599 berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh Sugiyono (2009). Sedangkan hubungan variabel (Y) Motivasi Berkunjung terhadap variabel (X) Daya Tarik Wisata dengan rumus korelasi *Spearman Rho* pun menunjukkan nilai sebesar 0.459 (4,59%) berarti variabel (Y) Motivasi Berkunjung memiliki hubungan yang "**Cukup Kuat"** dengan variabel (X) Daya Tarik Wisata yang berada pada rentang 0,400 – 0,599 berdasarkan kriteria yang ditetapkan oleh Sugiyono (2009).

Hubungan yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi cukup mampu memberikan hubungan yang signifikan dalam hal memotivasi wisatawan. Oleh sebab itu variabel daya tarik wisata merupakan variabel yang cukup kuat dalam memotivasi wisatawan begitupun sebaliknya variabel motivasi berkunjung cukup kuat dalam hal daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi. Sehingga terdapat faktor lain yang menyebabkan penurunan tingkat kunjungan wisatawan tersebut dan dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul Hubungan Daya Tarik Wisata dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Alam Wisata Cimahi yang didukung oleh data dan teori-teori mengenai daya tarik dan motivasi berkunjung, maka hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi terbagi kedalam tiga aspek yaitu atraksi, aksesibilitas dan amenitas secara umum berada pada kategori cukup baik. Dengan kata lain Alam Wisata Cimahi memiliki daya tarik yang cukup baik dan cukup sesuai dengan kondisi kawasan tersebut di mata wisatawan. Hal ini dapat dijelaskan dengan fasilitas penunjang yang cukup beragam menurut wisatawan seperti jembatan gantung, kolam renang, *restaurant* dan sebagainya.

2. Motivasi berkunjung wisatawan ke Alam Wisata Cimahi yang terbagi kedalam empat aspek yaitu *physical or physicological motivation, cultural motivation, social motivation, status and prestige motivation* secara umum berada pada kategori tinggi ataupun baik. Persentase tertinggi yaitu motivasi berdasarkan aspek *physical or physicological.* Hal ini dapat dijelaskan dengan kebutuhan wisatawan berdasarkan aspek tersebut yaitu kebutuhan secara fisik untuk menikmati pemandangan alam dengan suasana yang berbeda di Alam Wisata Cimahi guna melepas kejenuhan dari rutinitas sehari-hari.
3. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan terdapat hubungan yang signifikan antara Daya Tarik Wisata dengan Motivasi Berkunjung Wisatawan ke Alam Wisata Cimahi dan memiliki hubungan yang cukup kuat. Hubungan yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa semakin baik daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi maka akan semakin tinggi dalam hal memotivasi wisatawan untuk berkunjung.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata yang ada di Alam Wisata Cimahi memang dapat dikategorikan cukup menarik, namun kurangnya inovasi dalam pengembangan atraksi akan berdampak pada penurunan tingkat kunjungan wisatawan itu sendiri, sehingga diperlukannya pengembangan atraksi yang lebih inovatif agar pengunjung pun dapat lebih tertarik untuk berkunjung ke Alam Wisata Cimahi. Pemanfaatan lahan yang masih bisa digunakan untuk peningkatan area atraksi wisata yang baru saja dibuat yaitu atraksi *roller coaster* dengan memperluas area permainan tersebut. Membuat event-event atau paket wisata yang berbeda yang dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk wisatawan. Paket wisata pada hari tertentu seperti pada hari libur nasional. Kemudian diperhatikan kembali kondisi fasilitas penunjang lainnya agar lebih terawat dengan baik. Fasilitas saung budaya lebih diperhatikan lagi karena itu merupakan hal yang cukup menarik di mata wisatawan, oleh karenanya agar lebih dipercepat dalam memperbaiki area tersebut yang merupakan tempat *souvenir* yang dicari oleh wisatawan dari luar kota.
2. Secara garis besar bahwa motivasi wisatawan untuk berkunjung ialah berdasarkan kebutuhan secara fisik dimana wisatawan membutuhkan suasana baru yang berbeda dari tempatnya berasal. Menurut saran dari salah wisatawan pun disebutkan sebaiknya dibuat lebih hijau lagi karena Alam Wisata Cimahi ini merupakan wisata alam. Penambahan dari segi tanaman serta tumbuhan-tumbuhan yang akan semakin mempercantik kawasan ini. Inovasi dalam hal menu makanan pun diperlukan, selain untuk meningkatkan minat wisatawan yang ingin menikmati beragam makanan serta minuman, karena menurut tanggapan beberapa wisatawan mengatakan bahwa keinginan untuk berkunjung pun dipengaruhi dengan keberadaan fasilitas *restaurant* nya itu sendiri.
3. Gencar dalam melakukan media promosi baik media cetak melalui

brosur dan sebagainya maupun media jejaring sosial internet agar semakin banyak wisatawan yang mengetahui kawasan Alam Wisata Cimahi ini serta penambahan papan petunjuk arah menuju kawasan agar semakin mempermudah wisatawan mencapai lokasi ini. Selain itu, pihak pengelola sebaiknya meningkatkan citra Alam Wisata Cimahi dengan cara memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan terhadap wisatawan yang berkunjung. Seperti dalam hal pelayanan tidak membuat pengunjung menunggu begitu lama terhadap pesanannya. Meningkatkan lagi kinerja karyawan dengan *time management* yang lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

Pitana, I Gede dan Gayatri, Putu G. (2005). *Sosiologi Pariwisata.* Andi: Yogyakarta

Suwantoro, Gamal.(2004). *Dasar-Dasar Pariwisata.* Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

[Online].

Available At: www.cimahikota.go.id

[Online].

Available At: www.alamwisatacimahi.com