

ANALISIS FAKTOR *SUSTAINABLE TOURISM* DI KOTA BANDUNG

FACTOR ANALYSIS OF *SUSTAINABLE TOURISM* IN BANDUNG CITY

Aranka Pratama, Damayanti Octavia S.E., M.M

Prodi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

Arankapratama16@gmail.com, damavia@yahoo.co.id

Bandung menjadi kota pariwisata yang menarik dan banyak dikunjungi oleh para wisatawan lokal ataupun mancanegara. Hal yang menjadikan kota Bandung menjadi salah satu destinasi favorit karena Bandung memiliki beberapa tema destinasi wisata seperti *heritage*, belanja & kuliner, pendidikan, alam & hiburan, dan *mice*. Banyaknya destinasi wisata berdampak pada bertambahnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Meningkatnya jumlah wisatawan berdampak pula pada alam sekitar. Dari fenomena diatas, penulis ingin mengetahui apa saja faktor-faktor *sustainable tourism* yang terdapat di Kota Bandung.

Menggunakan teknik analisis faktor yang fungsinya untuk mereduksi faktor dan membentuk faktor baru dimana nantinya akan diketahui faktor – faktor apa saja yang menjadi pembentuk *sustainable tourism* pada kota Bandung

Penulis menggunakan metode kuantitatif, pengumpulan data melalui kuisisioner yang melibatkan 400 responden yang disebar secara acak dan memakai teknik analisis faktor dimana ada 6 faktor yang membentuk faktor *sustainable tourism* di kota Bandung.

Hasil Penelitian ini adalah terbentuknya 6 faktor yang dihasilkan dari perhitungan analisis faktor yaitu faktor daya tarik, faktor lingkungan, faktor pengelolaan energi, faktor wisata sejarah, faktor penghematan energi, dan faktor ekonomi.

Terkait dengan daya tarik yang menjadi faktor terbesar dalam membentuk *sustainable tourism* maka diharapkan kepada dinas pariwisata pemerintah Kota Bandung untuk terus meningkatkan daya tarik dari destinasi wisata Kota Bandung dengan cara merawatnya dengan teratur, menambah jumlah destinasi wisata, dan mengedukasi tentang daya tarik Kota Bandung agar para wisatawan merasa semakin puas dan merekomendasikan kota Bandung sebagai tujuan wisata kepada teman/keluarga. Daya tarik dalam berwisata menjadi prioritas dalam berwisata dan tentu saja destinasi yang menarik akan menambah nilai jual tempat wisata di Kota Bandung.

Kata kunci: Wisatawan, *sustainable tourism*, sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan

ABSTRACT

Bandung became an attractive tourism city and is frequented by local and foreign tourists. Things that make Bandung became one of the favorite destinations for Bandung has several themes such as heritage tourism destinations, shopping and culinary, education, nature and entertainment, and mice. The number of tourist destinations impact on the increasing number of tourists who visit. The increasing number of tourists impact on the natural surroundings. From the above phenomenon, the authors wanted to know what are the factors that are sustainable tourism in the city of Bandung.

Using factor analysis technique whose function is to reduce the form factor and new factors which will be known factor - any factor that is forming a sustainable tourism in the city of Bandung

The author uses quantitative methods, data collection through a questionnaire involving 400 respondents were distributed randomly and using the technique of factor analysis which there are six factors that create factor of sustainable tourism in the city of Bandung.

Results of this research is the creation of six factors resulting from factor analysis that attractiveness factors, environmental factors, factors of energy management, historical factor, the factor of energy savings, and economic factors.

Related to the attractiveness is the biggest factor in creating sustainable tourism it is expected that the tourism department of Bandung to increase the attractiveness of tourist destinations Bandung with how to treat regularly, increasing the number of tourist destinations, and educate about the attractiveness of Bandung that can make travelers feel more satisfied and they will recommend Bandung as a travel destination to friends / family. The attractiveness in the travelling to be a priority in the tour and of course the exciting destinations will add value to the tourist attractions in the city of Bandung.

Pendahuluan

Kota Bandung selain dikenal sebagai Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, juga dikenal akan keindahan alamnya. Bandung pun sudah menjadi kota jasa dan kuliner. Keistimewaan ini menjadikan Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan utama para wisatawan, baik yang berasal dari dalam negeri ataupun luar negeri. Dan sejak dibukanya Tol Cipularang, Kota Bandung menjadi tujuan utama menikmati liburan akhir pekan oleh banyak wisatawan terutama yang berasal dari JABODETABEK. Kota Bandung pun dikenal dengan dengan banyaknya bangunan peninggalan Belanda yang menarik minat wisatawan untuk datang. Selain itu ada terdapat wisata belanja, wisata alam, wisata kuliner, wisata fotografi, dan wisata pendidikan [1].

Berkembangnya potensi pariwisata di kota Bandung berimbas pula terhadap lingkungan kota Bandung sendiri. Dampak yang paling terasa dari meningkatnya wisatawan ke kota Bandung ialah polusi udara dari kendaraan bermotor milik warga lokal maupun wisatawan yang berkunjung. Masih minimnya kesadaran untuk lebih menggunakan transportasi umum menjadi penyebab pula polusi udara di kota Bandung pun ikut meningkat. Efek lainnya yang dihasilkan dari polusi udara yaitu naiknya juga suhu di waktu tertentu, karena kota Bandung memiliki tanah yang bersifat cekung maka udaranya pun akan tetap bertahan pada cekungan itu sendiri. Banyaknya wisatawan yang datang pun berimbas juga dengan bertambahnya volume sampah yang dibuang. Volume sampah yang berlebihan menyebabkan banjir di beberapa titik, dan imbasnya pun roda ekonomi tersendat karena adanya bencana banjir [2].

Dengan banyaknya jumlah pengunjung yang datang ke Kota Bandung karena banyaknya tempat wisata yang ditawarkan oleh pemerintah Kota Bandung maka penulis ingin mengetahui apa saja faktor-faktor *sustainable tourism* yang ada di Kota Bandung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor *sustainable tourism* di kota Bandung.

LANDASAN TEORI

Pariwisata

[3] Tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Destinasi Wisata

[4] pengertian obyek wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Wisatawan

Wisatawan adalah aktor dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa masa dalam kehidupan.

Sustainable Tourism

Pariwisata berkelanjutan adalah industri yang mencoba untuk membuat sedikit dampak terhadap lingkungan dan budaya lokal, sambil membantu untuk menghasilkan pendapatan, pekerjaan, dan konservasi terhadap ekosistem lokal [5]. faktor – faktor *sustainable tourism* [6] adalah:

1. Sosial dan Budaya
 - a. Budaya *heritage*

- b. Budaya lokal
 - c. Pengembangan komunitas lokal
 - d. Jumlah masyarakat yang dilibatkan dalam pariwisata
 - e. Pengetahuan masyarakat
2. Lingkungan
- a. Pelestarian lingkungan

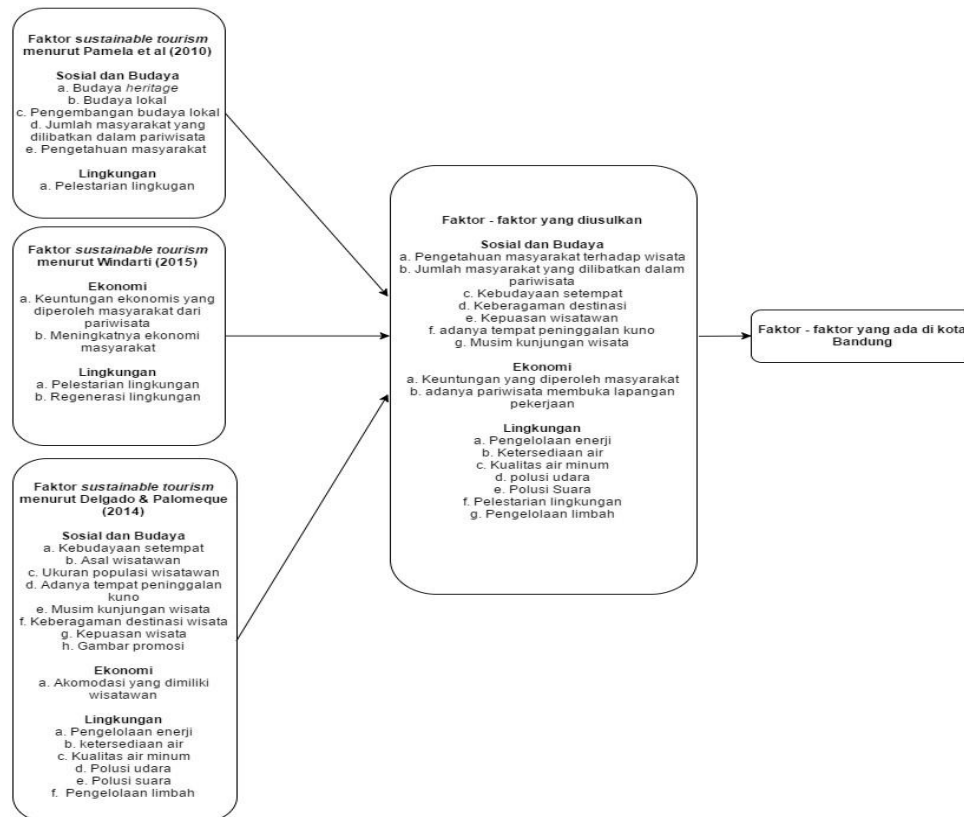
Faktor-faktor *sustainable tourism*[7] adalah:

- 1. Ekonomi
 - a. Keuntungan ekonomis yang diperoleh masyarakat dari pariwisata
 - b. Meningkatnya ekonomi masyarakat
- 2. Lingkungan
 - a. Pelestarian lingkungan
 - b. Regenerasi lingkungan

Faktor-faktor *sustainable tourism*[8] adalah:

- 1. Sosial dan Budaya
 - a. Kebudayaan setempat
 - b. Asal wisatawan
 - c. Ukuran populasi wisatawan
 - d. Adanya tempat peninggalan kuno
 - e. Musim kunjungan wisata
 - f. Keberagaman destinasi wisata
 - g. Kepuasan wisatawan
 - h. Gambar promosi
- 2. Ekonomi
 - a. Akomodasi yang ditawarkan kepada wisatawan
- 3. Lingkungan
 - a. Pengelolaan energi
 - b. Ketersediaan air
 - c. Kualitas air minum
 - d. Polusi udara
 - e. Polusi suara
 - f. Pengelolaan sampah/limbah

KERANGKA PEMIKIRAN



METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang mencoba melakukan pengukuran akurat terhadap perilaku, pengetahuan, opini, atau sikap [9]. Penelitian deskriptif biasanya dilakukan saat peneliti sudah mengetahui faktor atau variabel untuk mengukur suatu objek atau bidang tetapi belum mengetahui hubungan antara faktor dan variabel tersebut. Peneliti hanya menggambarkan faktor atau variabel tersebut, tanpa melihat atau melakukan tes hubungan atau pengaruh antar faktor atau variabel.

Berdasarkan waktu pelaksanaan yang digunakan peneliti menggunakan metode cross sectional. Cross sectional adalah apabila pengumpulan data dilakukan dalam satu periode, kemudian data itu diolah, dianalisis dan kemudian ditarik kesimpulan maka disebut menggunakan metode *cross sectional* [9]

Berdasarkan unit analisis yang digunakan peneliti adalah unit analisis individu. Berdasarkan tipe penyelidikan, penelitian ini adalah penelitian kausal. Menurut Indrawati [9], penelitian kausal adalah penelitian yang dilakukan apabila peneliti ingin menggambarkan penyebab (*cause*) dari suatu masalah (baik dilaksanakan dengan melalui eksperimen maupun tanpa eksperimen). Penelitian bertujuan untuk mencari faktor *sustainable tourism* apa saja yang sudah kota Bandung terapkan. Penelitian ini akan diambil sebanyak 400 responden dengan menggunakan kuisioner. Data yang digunakan penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

Teknik analisis yang penulis gunakan adalah teknik analisis faktor. [10] analisis faktor berguna untuk mereduksi variabel. Berdasarkan hal ini dapat diperoleh beberapa kumpulan variabel yang lebih sedikit dari jumlah variabel awal. Menurut Rangkuti (2010) Analisis faktor selalu berusaha untuk menghasilkan faktor yang jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah variabel yang diolah. Ada beberapa pendekatan yang digunakan untuk menentukan berapa jumlah faktor yang diperoleh.

PEMBAHASAN

Matriks korelasi digunakan untuk menguji ketepatan model analisis faktor yang akan dilakukan. Untuk menguji ketepatan analisis faktor, uji statistik yang digunakan adalah *Bartlett's Test Sphericity* dan *Kaiser Mayor Olkin* (KMO) untuk mengetahui kecukupan sampelnya. Minimal hasil perhitungan harus memiliki nilai KMO 0,5. Berdasarkan test KMO yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS 20.0 maka hasil perhitungannya adalah 0,842, hasil test KMO dan *Barlett's Test* dapat dilihat pada tabel 4.1

Tabel 4.1

KMO dan *Barlett's Test Sphericity*

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.842
Approx. Chi-Square		3746.260
Bartlett's Test of Sphericity	df	190
	Sig.	.000

Pada Tabel *Anti Image Matrics* terkhusus pada *Anti Image Correlation*. Pada tabel tersebut terlihat sejumlah angka yang membentuk garis diagonal yang bertanda 'a' pada bagian atas angka. Yang menandakan besarnya MSA sebuah variabel. Seandainya ada lebih dari satu variabel yang mempunyai MSA dibawah 0.5 maka yang dikeluarkan dari perhitungan. Kemudian proses pengujian tetap diulangi lagi. Berdasarkan perhitungan terdapat 25 *item* yang memiliki nilai MSA lebih dari 0.5. oleh sebab itu, ke 25 *item* bisa dianalisis lebih lanjut.

Communalities pada dasarnya adalah jumlah varians dari suatu variabel mula mula yang bisa dijelaskan oleh faktor yang ada. Semakin besar nilai *communalities* menunjukkan semakin kuat hubungan dengan faktor yang nantinya akan terbentuk. Pada tahap ini ada 5 *item* yang nilainya dibawah 0,5 dan harus dikeluarkan dan perhitungan pun diulang. Tabel total variance explained digunakan untuk mengetahui banyaknya faktor yang nantinya akan terbentuk. Faktor yang terbentuk harus memiliki eigenvalue diatas 1. Ada 20 *item* (*component*) yang dimasukkan dalam analisis faktor dengan masing masing *item* memiliki varians 1.

Berdasarkan output total variance explained dapat diperoleh informasi bahwa jumlah faktor yang terbentuk adalah enam faktor, yaitu dengan faktor pertama mempunyai eigen value 6.532, faktor kedua mempunyai eigenvalue 2.452, faktor ketiga mempunyai eigenvalue 1.553, faktor keempat memiliki nilai eigen value 1.488, faktor kelima memiliki eigen value 1.128, dan faktor keenam memiliki eigen value 1.006. Jumlah total dari semua eigenvalue adalah adalah 1.

Setelah diketahui enam faktor adalah jumlah yang paling optimal, tabel component matrix menunjukkan distribusi ke 20 variabel tersebut pada enam faktor yang terbentuk adalah *factor loadings*, yang menunjukkan besar korelasi antara suatu variabel dengan keenam komponen yang ada. Proses penentuan variabel mana akan masuk ke komponen yang mana dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris. Hasil dari ekstraksi faktor dalam matriks faktor mengidentifikasi hubungan antar faktor dan *item* individual, namun dalam beberapa faktor banyak beberapa *item* yang berkorelasi sehingga sulit direpresentasikan. Component matrix hasil dari proses rotasi (rotated Component Matrix) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Enam faktor yang terbentuk adalah:

Faktor 1

Faktor daya tarik. menunjukkan *item* – *item* yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari *item* jumlah destinasi wisata (faktor loading 0.839), beragam destinasi (faktor loading 0.775), kembali (faktor loading 0.750), puas (faktor loading 0.717), budaya menarik (0.696), rekomendasi (faktor loading 0.964).

2. Faktor 2

Faktor lingkungan. menunjukkan *item* – *item* yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari *item* pencemaran suara (faktor loading 0.881), kualitas udara (faktor loading 0.826), pencemaran suara (faktor loading 0.779), melestarikan (faktor loading 0,454).

3. Faktor 3

Faktor pengelolaan energi menunjukkan *item* – *item* yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari *item* kualitas air minum (faktor loading 0.799), kemudahan mendapatkan air (faktor loading 0.794), pengelolaan energi (faktor loading 0.657).

4. Faktor 4

Faktor wisata sejarah menunjukkan item – item yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari item beragam tema (faktor loading 0.894), jumlah tempat kuno (faktor loading 0.867), kualitas tempat kuno (faktor loading 0.590).

5. Faktor 5

Faktor Penghematan energi menunjukkan item – item yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari item menghemat air (faktor loading 0.898), menghemat listrik (faktor loading 0.890).

6. Faktor 6

Faktor ekonomi menunjukkan item – item yang mendasar saat berwisata di Kota Bandung, yaitu terdiri dari item dilibatkan (faktor loading 0.807), merasakan keuntungan (faktor loading 0.717).

KESIMPULAN dan SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor apa saja yang membentuk *sustainable tourism* di Kota Bandung. Penelitian ini melibatkan 400 responden. Berdasarkan perhitungan analisis faktor maka dibuat kesimpulan yaitu:

1. Faktor yang membentuk *sustainable tourism* adalah faktor menarik (31,76%), terdiri dari jumlah destinasi wisata, beragam destinasi, kembali, puas, budaya menarik, dan rekomendasi. Faktor lingkungan (12,25%), terdiri dari pencemaran udara, kualitas udara, pencemaran suara, dan melestarikan lingkungan. Faktor energi (7,76%) terdiri dari kualitas air minum, kemudahan mendapatkan air, dan pengelolaan energi. Faktor wisata kuno (7,44%) terdiri dari keberagaman tema, jumlah tempat kuno, dan kualitas tempat kuno. Faktor penghematan sumber daya (5,64%) terdiri dari menghemat air dan menghemat listrik. Faktor ekonomi (5,02%) terdiri dari dilibatkan dalam kegiatan dan merasakan keuntungan.

Dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan tema *sustainable tourism* dikaitkan dengan adanya pengaruh tertentu dan diharapkan dapat dijadikan acuan agar Kota Bandung dapat lebih berkembang menjadi destinasi wisata yang menjadi pilihan untuk berwisata.

Bandung memiliki banyak tempat wisata yang dapat dijadikan opsi atau pilihan bagi wisatawan untuk sekedar refreshing atau sebagai media tempat untuk berkumpul bersama keluarga. Terkait dengan daya tarik yang menjadi faktor terbesar dalam membentuk *sustainable tourism* maka diharapkan kepada dinas pariwisata pemerintah Kota Bandung untuk terus menjaga keindahan dari destinasi wisata Kota Bandung dengan cara merawatnya dengan teratur, memperindah destinasi wisata, menambah jumlah destinasi wisata, dan mengedukasi tentang daya tarik Kota Bandung. Daya tarik dalam berwisata menjadi prioritas dalam berwisata dan tentu saja destinasi yang menarik akan menambah nilai jual tempat wisata di Kota Bandung.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Bandung Tourism. (2015). Fact. [ONLINE]. <http://bandungtourism.com/fact.php>. [20 Desember 2015]
- [2] DISBUDPAR. (2015, October 25). *Interview* destinasi wisata. (Aranka, Pewawancara)
- [3] Ismayanti. (2014). Pengantar pariwisata. Bandung: PT. Grasindo.
- [4] Ridwan. (2012). Perencanaan pengembangan pariwisata. Medan: PT. Sofmedia.
- [5] Windarti. (2015). *Local government attitudes toward sustainablen tourism development(case of Bandung city). International journal of social science and humanity.*
- [6] Pamela, Paul, & Hensel. (2010). *Developing sustainable tourism: manager's assesment of Jamaica's ten-year master plan. International journal of culture, tourism, and hospitaly research*, 144-155.
- [7] Windarti. (2015). *Local government attitudes toward sustainablen tourism development(case of Bandung city). International journal of social science and humanity.*

- [8] Palomeque, & Delgado. (2014). *Measuring sustainable tourism at the municipal level. Annals of tourism research.*
- [9] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis: Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi.* (D. Sumayyah, Ed.) Bandung: PT Refika Aditama.
- [10]Rangkuti, Freddy. (2010). *Dongkrak Penjualan Melalui Marketing Strategy & Competitive Positioning.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.