



LAPORAN PENELITIAN
DIPA PENERIMAAN NEGARA BUKAN PAJAK
TAHUN ANGGARAN 2005

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI MOTIVASI EKOTURIS
DALAM KEGIATAN PARIWISATA BERBASIS ALAM
(ECOTOURISM) SEBAGAI UPAYA PENAJAMAN
SEGMENTASI PASAR INDUSTRI EKOWISATA
DI WANA WISATA COBAN RONDO, MALANG**

Oleh:

**Dian Yulie Reindrawati, S.Sos., MM.
Nur Emma Suriani, S.Sos.**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh Dana Penerimaan Negara Bukan Pajak Tahun 2005,
Surat Keputusan Rektor Universitas Airlangga
Nomor 4683/J03/PP/2005
Tanggal 4 Juli 2005
Nomor Urut : 57

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

November, 2005

ECOTOURISM



LAPORAN PENELITIAN
DIPA PENERIMAAN NEGARA BUKAN PAJAK
TAHUN ANGGARAN 2005

**FAKTOR-FAKTOR YANG MENJADI MOTIVASI EKOTURIS
DALAM KEGIATAN PARIWISATA BERBASIS ALAM
(ECOTOURISM) SEBAGAI UPAYA PENAJAMAN
SEGMENTASI PASAR INDUSTRI EKOWISATA
DI WANA WISATA COBAN RONDO, MALANG**

Oleh:

Dian Yulie Reindrawati, S.Sos., MM.

Nur Ermma Suriani, S.Sos.

KKB

KK-2

LP 129/08

Rei

f

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS AIRLANGGA**

Dibiayai oleh Dana Penerimaan Negara Bukan Pajak Tahun 2005,
Surat Keputusan Rektor Universitas Airlangga
Nomor 4683/J03/PP/2005
Tanggal 4 Juli 2005
Nomor Urut : 57

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA

November, 2005



**IDENTITAS DAN PENGESAHAN
LAPORAN AKHIR HASIL PENELITIAN**

1.	Judul Penelitian : Faktor-Faktor yang Menjadi Motivasi Ekoturis Dalam Kegiatan Pariwisata Berbasis Alam (<i>Ecotourism</i>) Sebagai Upaya Penajaman Segmentasi Pasar Industri Ekowisata di Wana Wisata Coban Rondo, Malang	
	a. Macam Penelitian : <input type="checkbox"/> Fundamental <input type="checkbox"/> Terapan <input type="checkbox"/> Pengembangan	
	b. Kategori Penelitian: <input type="checkbox"/> I <input type="checkbox"/> II <input type="checkbox"/> III	
2.	KepalaProyek Penelitian	
	a. Nama Lengkap	: Dian Yulie Reindrawati, S.Sos, MM
	b. Jenis Kelamin	: Wanita
	c. Pangkat/Golongan/NIP	: Penata Muda/IIIa/132 230 966
	d. Jabatan Sekarang	: Staf Pengajar
	e. Fakultas/Puslit/Jurusan	: FISIP/DIII Pariwisata
	f. Univ./Ins/Akademi	: Universitas Airlangga
	g. Bidang Ilmu yang diteliti	: Pariwisata
3.	Jumlah Tim Peneliti	: 1 orang
4.	Lokasi Penelitian	: Wana Wisata Coban Rondo, Malang
5.	Kerjasama dengan Instansi Lain	
	a. Nama Instansi	: -
	b. Alamat	: -
6.	Jangka Waktu Penelitian	: 6 bulan sejak penelitian diterima
7.	Biaya yang diperlukan	: Rp. 5.750.000
8.	Seminar Hasil Penelitian	
	a. Dilaksanakan tanggal	: .
	b. Hasil Penelitian	: () Baik Sekali (✓) Baik () Sedang () Kurang

Surabaya, 20 Oktober 2005

Mengetahui/Mengesahkan
a.n. Rektor
Ketua Lembaga Penelitian dan pengabdian Kepada Masyarakat
Universitas Airlangga,



(Handwritten signature)

Prof. Dr. H. Sarmanu, MS
NIP 130 701 125

RINGKASAN HASIL PENELITIAN

**KTOR-FAKTOR YANG MENJADI MOTTVASI EKOTURIS DALAM KEGIATAN
PARIWISATA BERBASIS ALAM (*ECOTOURISM*) SEBAGAI UPAYA
PENAJAMAN SEGMENTASI PASAR INDUSTRI EKOWISATA DI WANA
WISATA COBAN RONDO, MALANG**

**FACTORS WHICH MOTIVATE ECOTOURISTS FOR DOING ECOTOURISM
ACTIVITIES TO SHARPEN MARKET SEGEMENTATIONOF ECOOTURISM
INDUSTRY IN COBAN RONDO, MALANG**

(Dian Yulie Reindrawati, S.Sos, MM dan Nur Emma Suriani, S. Sos)

**DIII PARIWISATA, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
TAHUN 2005**

JUMLAH HALAMAN LAPORAN: 37 halaman

masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi motivasi ekoturis (*ecotourists*) dalam kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*) di Wana Wisata Coban Rondo ?**
- 2. Apa sajakah kebutuhan (*needs*) dari para ekoturis (*ecotourists*) ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo ?**

para garis besar penelitian ini bertujuan untuk:

- 1. Menganalisa faktor-faktor yang menjadi motivasi dari para ekoturis dalam mengikuti kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*)**
- 2. Mengidentifikasi kebutuhan (*need*) dari ekoturis ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo**

KATA PENGANTAR

yukur kehadiran Allah swt, karena hanya atas rahmat dan kehendakNya lah sehingga
usun dapat menyelesaikan kegiatan serta laporan penelitian ini tepat pada waktunya
hambatan yang berarti.

itan penelitian yang berjudul pengabdian pada masyarakat yang berjudul “Faktor-
r yang Menjadi Motivasi Ekoturis Dalam Kegiatan Pariwisata Berbasis Alam
ourism) di Sebagai Upaya Penajaman Segmentasi Pasar Industri Ekowisata di Wana
ta Coban Rondo, Malang” ini bertujuan untuk menganalisa faktor-faktor yang
adi motivasi dari para ekoturis dalam mengikuti kegiatan kepariwisataan berbasis
(*ecotourism*) dan mengidentifikasi kebutuhan (*need*) dari ekoturis ketika berkunjung
ana Wisata Coban Rondo, Malang.

an terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada semua pihak-pihak yang
berkenan untuk membantu dalam rangka terselesaikannya kegiatan dan laporan
elitian ini.

i menyadari bahwa kegiatan dan laporan ini masih jauh dari sempurna. Segala kritik
aran sangat kami harapkan bagi terciptanya penelitian yang lebih baik dan semoga
an penelitian ini dapat bermanfaat bagi semuanya.

Surabaya, Oktober 2005

Penyusun

DAFTAR ISI

Pengantar.....	i
Daftar Isi.....	ii
Daftar Tabel.....	iv
Daftar Gambar.....	v
B I. PENDAHULUAN	
I.1. Latar Belakang Masalah.....	1
I.2. Perumusan Masalah.....	3
B II. TINJAUAN PUSTAKA	
II.1. Motivasi Wisata dan Kebutuhan Wisatawan.....	4
II.2. <i>Ecotourism</i> Sebagai alternatif strategi pengembangan pariwisata.....	7
B III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN	
III.1. Tujuan Penelitian.....	10
III.2. Manfaat Penelitian.....	10
B IV. METODE PENELITIAN	
IV.1. Tipe Penelitian.....	11
IV.2. Lokasi Penelitian.....	11
IV.3. Teknik Pengumpulan Data.....	11
IV.4. Teknik Penetapan Sampling.....	13
IV.5. Tehnik Analisa Data.....	13
B V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
V.1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	15
V.1.1. Lokasi dan Atraksi Wisata Yang Ditawarkan Wana Wisata Coban Rondo.....	15
V.1.2. Legenda Wana Wisata Coban Rondo.....	16
V.1.3. Sarana dan Prasarana Wana Wisata Coban Rondo.....	17
V.2. Faktor-Faktor yang Mmotivasi <i>Ecotourists</i> (ekoturis) atau Wisatawan dalam Kegiatan Kepariwisataan yang Berbasis Alam di Wana Wisata Coban Rondo.....	18

3 VI KESIMPULAN DAN SARAN

VI.1. KESIMPULAN.....	33
VI.2. SARAN.....	34
FTAR PUSTAKA.....	35
PIRAN.....	37

DAFTAR TABEL

1.1. Obyek dan Daya Tarik Wisata di Jawa Timur 2003.....	2
4.1 Umur Responden.....	18
4.2. Jenis Kelamin.....	19
4.3. Status Perkawinan Responden.....	20
4.4. Tingkat Pendidikan Responden.....	20
4.5. Pekerjaan Responden.....	21
4.6. Penghasilan Responden.....	22
4.7. Bentuk Kunjungan.....	23
4.8. Daya Tarik Obyek.....	24
4.9. Sumber Informasi Obyek.....	25
4.10. Motif Wisata.....	26
4.11. Keputusan memilih Obyek.....	27
4.12. Besar Pengeluaran Wisatawan.....	28
4.13. Alat Transportasi Yang Digunakan.....	28
4.14. Aktifitas Wisata.....	29
4.15. Terpenuhinya Kebutuhan Wisatawan.....	32
4.16. Kepuasan Berkunjung Ke Obyek Wisata.....	32
4.17. Alasan Ketidakpuasan.....	32

ABSTRAKSI

Salah satu permasalahan dalam penelitian ini adalah faktor-faktor apa sajakah yang menjadi motivasi ekoturis (*ecotourists*) dalam kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*) di Wana Wisata Coban Rondo dan kebutuhan (*needs*) apa sajakah yang dibutuhkan oleh ekoturis (*ecotourists*) ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo. Penelitian bersifat survey eksploratif, dimana peneliti berupaya menggali faktor-faktor yang menjadi motivasi dari para ekoturis dalam mengikuti kegiatan berbasis alam di Wana Wisata Coban Rondo dan mengidentifikasi kebutuhan (*needs*) mereka selama berwisata disana. Lokasi penelitian ditetapkan secara purposive di Wana Wisata Coban Rondo, Malang. Dalam pengumpulan data ini, peneliti menggunakan tiga metode, yaitu: kuisioner, Observasi, dan Penggunaan Bahan dokumen. Sementara itu, yang menjadi subjek penelitian adalah wisatawan/pengunjung Wana Wisata Coban Rondo. Metode pengambilan sample wisatawan dilakukan dengan cara *Accidental Sampling*. Data yang terkumpul kemudian akan diklasifikasikan, dianalisis, dan diuraikan secara mendetail dengan uraian-uraian kualitatif. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif, artinya dari data yang diperoleh dilakukan pemaparan dan interpretasi secara mendalam dan sejauh mungkin dilakukan pembahasan teoritis sehingga diharapkan dapat diperoleh kesimpulan yang memadai. Untuk mendukung uraian data kualitatif dalam penelitian ini analisa data kuantitatif juga dilakukan. Uraian data kuantitatif akan terbatas pada penyajian dalam bentuk tabel frekuensi yang digunakan untuk melengkapi uraian deskripsi. Hasil penelitian adalah sebanyak 60 responden menyatakan memiliki motif ingin bersantai dalam kegiatan wisata alam Coban Rondo dan 32% didorong oleh rasa ingin tahu. Ketika diwawancara lebih lanjut, rasa ingin tahu ini karena memang responden belum pernah ke sana dan ingin mencoba program-program baru yang ditawarkan Coban Rondo. Motif bersantai memang mendominasi motif wisata pengunjung di Coban Rondo. Selepas aktivitas seharian yang melelahkan maka kepenatan dan stress akan hilang dengan mengunjungi tempat yang alami dengan rimbunan hutan asri yang hijau. Motif fisik adalah motif yang terbanyak dari responden. Kebutuhan fisik dan emosi secara keseluruhan sudah terpenuhi bagi 70% responden. Sedangkan faktor kurang memadainya fasilitas menjadi penyebab utama ketidakpuasan pengunjung.

Kata Kunci: motivasi, ekoturis, *ecotourism*, kebutuhan wisatawan

BAB I

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG PERMASALAHAN

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar di dunia. Di Indonesia, pada dasawarsa akhir industri pariwisata telah berkembang dengan pesat dan telah menjadi industri yang menjadi andalan bagi devisa negara. Pada tahun 2000, sektor pariwisata telah menyumbang sebesar 9,27% dari GNP Indonesia dan telah menyerap hampir 8% dari seluruh jumlah tenaga kerja. Sementara itu, pertumbuhan sektor wisata di Jawa Timur mengalami penurunan sekitar 26,5% pada bulan Januari 1999, namun kemudian mengalami kenaikan sebesar 14,4% pada bulan Maret 1999. Kenaikan pertumbuhan pariwisata Jawa Timur diproyeksikan akan semakin meningkat seiring dengan meningkatnya pertumbuhan ekonomi dan kestabilan politik di Indonesia secara keseluruhan.

Perkembangan industri pariwisata di Indonesia pada umumnya dan di Jawa Timur pada khususnya, membuat dunia pariwisata semakin berkembang. Dari data Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Timur (2003), diperoleh data bahwa obyek dan daya tarik wisata sangat beragam. Kotamadya Surabaya, misalnya, tercatat memiliki 3 obyek wisata alam dan 6 obyek wisata budaya dan 6 obyek wisata minat khusus. Kabupaten Malang memiliki 10 obyek wisata alam dan 21 obyek wisata budaya. Secara keseluruhan, Jawa Timur memiliki 179 obyek wisata alam, 204 obyek wisata budaya, dan 37 obyek wisata minat khusus. Jumlah keseluruhan adalah 420 buah (Disparda Jatim, 2003). Untuk lebih lengkapnya mengenai obyek dan daya tarik wisata Jawa Timur disajikan dalam tabel I.1.



el I.1. Obyek dan Daya Tarik Wisata di Jawa Timur 2003

Kabupaten/Kota	Obyek dan Daya Tarik Wisata			Jumlah
	Alam	Budaya	Minat Khusus	
Kota Surabaya	3	6	6	15
Kab. Gresik	-	2	1	3
Kab. Jombang	2	1	1	4
Kab. Sidoarjo	-	7	1	8
Kab. Mojokerto	2	-	-	2
Kota Malang	1	11	-	12
Kab. Malang	10	21	-	31
Kota Batu	-	1	-	1

Sumber: Disparda Jatim 2003

semakin banyak dan bervariasinya obyek-obyek wisata di Jawa Timur menuntut penerapan bentuk pariwisata yang lebih *concern* terhadap lingkungan. *Ecotourism* merupakan alternatif strategi yang mengutamakan pada kepariwisataan yang berbasis alam. *Ecotourism* memiliki sifat melestarikan dan memanfaatkan alam dan budaya masyarakat setempat, tidak melakukan eksploitasi alam melainkan hanya menggunakan alam untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan, fisik, dan psikologis wisatawan (Sudjadi, 2001). Pariwisata dengan lingkungan, sama sekali merupakan simbolis yang tidak dapat dipisahkan. Sesungguhnya pariwisata dapat lebih dikembangkan dengan menyajikan lingkungan yang bersih, ramah dan menyuguhkan keasrian alam.

John J. Page dan Ross K. Dowling (2002) berpendapat industri *ecotourism*, seperti halnya wisata, pasar wisatawan tidak homogen, melainkan sangat heterogen. Pengunjungnya datang dari berbagai kalangan dan memiliki motivasi yang sangat beragam. Kompleksitas pengunjung *ecotourism* yang beragam menuntut pemahaman yang mendalam mengenai motivasi dan kebutuhan pengunjung agar *ecotourism industry* dapat lebih memahami *demand* dan *needs* yang diinginkan oleh wisatawan. Lebih jauh lagi, hal ini

pat berguna bagi penajaman segmentasi pasar *ecotourism*. Penelitian terdahulu oleh cio dan McCool (1997, dalam Page, 2002) meneliti partisipasi turis dalam kegiatan ta alam di Belize. Namun, penelitian mengenai motivasi dan kebutuhan wisatawan di na Wisata, terutama di Indonesia belum pernah tersentuh oleh peneliti lain.

PERUMUSAN MASALAH

Dasarkan pada latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah penelitian ini ah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang menjadi motivasi ekoturis (*ecotourists*) dalam kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*) di Wana Wisata Coban Rondo ?
2. Apa sajakah kebutuhan (*needs*) dari para ekoturis (*ecotourists*) ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo ?

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

MOTIVASI WISATA DAN KEBUTUHAN WISATAWAN

um berbagai literatur mengenai *tourist behaviour*, pengertian kebutuhan (*needs*) dan motivasi (*motivation*) adalah sama atau *interchangeable*. Pada tingkat awal kebutuhan (*needs*) dan motivasi (*motivation*) adalah sama-sama merupakan kekuatan untuk mengaktifkan perilaku seseorang untuk mencapai tujuan tertentu (Jamrozy and Uysal, 1994).

menurut Pearce, Morrison, and Rutledge (1998:3), motivasi adalah "*the total network of psychological and cultural forces that give value and direction to travel choice behaviour and experience*". Mereka membedakan motivasi dengan pilihan destinasi. Motivasi lebih menekankan pada memahami psikologi pribadi masing-masing wisatawan, sedangkan pilihan destinasi lebih menekankan pada penggambaran faktor-faktor penting dari destinasi wisata yang menarik wisatawan untuk datang dan bagaimana faktor-faktor ini mampu memuaskan wisatawan (Pearce, 1999:39).

menyebutkan kaitannya dengan motivasi wisata, terdapat dua faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wisata (Fandeli, 2000, dalam Nurhidayati, 2003):

1. Faktor Pendorong yaitu faktor-faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan kegiatan wisata
2. Faktor Penarik, yang berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat tujuan wisata, yang menarik wisatawan untuk datang.

rompton (1979) mengidentifikasi sembilan motif untuk menjelaskan motivasi wisata –
dua motif diklasifikasikan sebagai *socio-psychological* atau *push factors* dan dua motif
sebagai *cultural* atau *pull factors*. Sebagaimana dua faktor yang menentukan seseorang
wisata ke sebuah destinasi seperti yang telah dikemukakan sebelumnya, *push factors*
adalah faktor yang berasal dari individu itu sendiri, sedangkan *pull factors* adalah faktor
yang berasal dari destinasi yang menarik wisatawan. Motif-motif adalah sebagai
berikut:

- *“Escape from a perceived mundane environment*
- *Exploration and evaluation of self*
- *Relaxation*
- *Prestige*
- *Regression*
- *Enhancement of kinship relationship*
- *Facilitation of social interaction*
- *Novelty - pull*
- *Education”*

Apapun motivasi wisata dapat diklasifikasikan sebagai berikut (Fandeli, 2000, dalam
Srihidayati, 2003):

1. Motivasi fisik, yaitu menyegarkan kembali badan dan jiwa, istirahat karena alasan kesehatan, olah raga, serta kegiatan rekreasi.
2. Motivasi budaya, yaitu ingin mengetahui budaya, seni, musik, arsitektur, *way of life* daerah/negara lain, ingin menyaksikan peristiwa penting di daerah/negara lain.

Motivasi individu, yaitu ingin mengunjungi keluarga, teman, kerabat dsb, perjalanan bersenang-senang, mengunjungi tempat keagamaan, mencari pengalaman baru di lingkungan baru.

Motivasi prestasi dan status, yaitu yang berkaitan dengan penyaluran hobi (*surfing, hiking, fishing* dsb), konferensi, pertemuan untuk menjalin hubungan personal, seminar dsb.

antara itu, menurut Fandeli (2000, dalam Nurhidayati, 2003), terdapat beberapa pola wisata alam antara lain:

Berkendaraan: untuk bersenang-senang, bersantai

Jalan-jalan: untuk bersenang-senang

Hiking: berjalan yang lebih serius, memperhatikan lingkungan alam sekitar

Bermain di alam: ada yang membutuhkan peralatan, ada yang tidak

Berenang: di pantai, danau, sungai dengan atau tanpa peralatan

Bersepeda

Memancing, menangkap ikan: di perairan, laut atau sungai

Berjalan-jalan di alam: dapat menggunakan guide atau tidak

Berkemah

Piknik

Dll

antara itu, teori motivasi yang paling sering digunakan untuk menjelaskan mengenai motivasi adalah teori motivasi dari Maslow. Maslow mengusulkan lima level kebutuhan manusia, yang meliputi:

biological needs (hunger, thirst, sex, sleep, air), safety needs (freedom from threat or a secure; orderly and a predictable environment), love (feeling of belonging, intimate relationship, friendship, group membership), Esteem needs (self respect, self confidence, reputation, recognition, prestige), Self Actualization Needs" (1998:20).

ih jauh mengenai kebutuhan wisatawan, sebuah destinasi wisata dipilih karena inasi tersebut mampu menjanjikan untuk memuaskan kebutuhan wisatawan (Gnoth, 7, dikutip di Ross, 1998). Menurut Field (1993), kebutuhan wisatawan dapat finisikan sebagai kebutuhan fisik, seperti kursi roda untuk wisatawan yang cacat, litas ganti untuk bayi; sementara kebutuhan emosional berkaitan erat dengan perasaan *feeling* wisatawan, seperti pelayanan, perasaan nyaman selama di obyek wisata, yediaan pemberian pertolongan, perasaan menjadi orang yang dinomorsatukan di ek tersebut, perasaan dihargai, dan perasaan senantiasa diingat (Field, 1993).

irnya, berkenaan dengan motivasi wisatawan, terdapat dua arah yang dapat ditempuh i industri pariwisata: (1) mengupayakan peningkatan kesadaran masing-masing vidu (dalam hal ini wisatawan) tentang motivasi mereka dengan merekomendasikan liburan dan destiansi yang tepat, (2) meningkatkan pengembangan produk destinasi promosinya. Selain itu, yang paling utama adalah bahwa motivasi dapat digunakan agai dasar dari segmentasi pasar. (Pearce dkk, 1998).

ECOTOURISM SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA

tourism dapat diartikan sebagai perjalanan wisata yang ramah lingkungan. Dengan *tourism* diharapkan dampak negatif terhadap alam, lingkungan sekitar obyek wisata, penduduk lokal yang ditimbulkan dari perjalanan para turis ke suatu daerah mampu minimalisir, tanpa mengurangi kesenangan para turis untuk menikmati kegiatan wisata yang tersedia. Dengan *ecotourism* pula diharapkan bahwa pemerataan

dapatan ekonomi dari kegiatan pariwisata terdistribusi ke masyarakat lokal melalui pembukaan lapangan pekerjaan yang berhubungan dengan rekreasi dan kegiatan wisata, sehingga tidak dimonopoli oleh mayoritas pelaku bisnis pariwisata tertentu (Page, 2002).

Perilaku dan dukungan lingkungan pariwisata dipengaruhi oleh dua faktor utama, yakni tujuan wisatawan dan faktor lingkungan biofisik lokal pariwisata. Kedua hal tersebut semestinya diperhatikan secara serius, baik oleh aparat yang berwenang ataupun masyarakat luas. Wisatawan mengunjungi obyek wisata tertentu memiliki tujuan tertentu pula, untuk memperoleh hiburan. Dalam sebuah hiburan tentu saja harus terdapat sebuah daya tarik. Daya tarik itulah yang harus direkayasakan. Daya tarik tersebut bisa muncul dari pesona alam dan pesona pengelolanya. Rekayasa alam kepariwisataan menyangkut pengelolaan sumber daya alam dan manusia. Dalam hal ini lingkungan hidup ditumbuhkembangkan untuk mencapai situasi dan kondisi yang benar-benar asri dan serasi. Rekayasa sumber daya manusia untuk mendukung suksesnya program kepariwisataan, antara lain dengan menunjukkan sikap masyarakat yang ramah dan bersahabat (Soemarwoto, 1994). Menurut Achmad Ramzy mengemukakan bahwa perlu mempersiapkan pariwisata yang mengintegrasikan pembangunan kawasan wisata dengan kepentingan penyerapan tenaga kerja sekitar dan tidak mengganggu sendi-sendi masyarakat (Soekadijo, 1997).

Perilaku semua industri pariwisata pada umumnya dan *ecotourism industry* pada khususnya, pemahaman motivasi dari *ecotourists* sangatlah penting (Page, 2002). Ekowisatawan adalah pasar yang heterogen dan berkembang sangat beragam (Wood, 1998). Sebuah

stri ekowisata yang memahami motivasi konsumennya akan dapat lebih mengidentifikasi diri dan mendesain produknya dan memasarkannya pada klien yang potensial tersebut. Kompleksitas yang berkembang di pasar ekoturisme berarti membutuhkan pendekatan tertentu untuk lebih memahami permintaan yang sangat spesifik dan kebutuhan dari ekowisatawan itu sendiri (Page, 2002). Lebih jauh lagi, er (1989) menyatakan bahwa dalam segmentasi obyek wisata *eco* sangat tergantung motivasi para ekowisatawan.

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1. TUJUAN PENELITIAN

arah garis besar penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisa faktor-faktor yang menjadi motivasi dari para ekoturis dalam mengikuti kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*)
2. Mengidentifikasi kebutuhan (*need*) dari ekoturis ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo

2. MANFAAT PENELITIAN

1. Temuan-temuan yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi instansi terkait baik Pemerintah Daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata Daerah, dan Unit Pelaksana Tehnis Daerah dan jajaran lain yang terkait dengan pengelolaan obyek wisata alam pada umumnya dan Wana Wisata Coban Rondo pada khususnya. Sehingga dapat menjadi masukan bagi keefektifan pengembangan obyek wisata alam selanjutnya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi sektor publik pengelola Wana Wisata Coban Rondo agar mampu memperbaiki upaya-upaya *marketingnya* agar mampu mengidentifikasi dan mendesain produknya dengan baik sesuai dengan segmentasi pasarnya masing-masing.
3. Hasil penelitian ini diharapkan sebagai data dasar yang bisa digunakan sebagai *raw input* dalam penyusunan kebijakan pariwisata selanjutnya.

BAB IV

METODE PENELITIAN

1. TIPE PENELITIAN

elitian ini bersifat survey eksploratif, dimana peneliti berupaya menggali faktor-faktor menjadi motivasi dari para ekoturis dalam mengikuti kegiatan berbasis alam di Wisata Coban Rondo dan mengidentifikasi kebutuhan (*needs*) mereka selama wisata di sana.

2. LOKASI PENELITIAN

asi penelitian ditetapkan secara purposive di Wana Wisata Coban Rondo, Malang. san dipilihnya lokasi tersebut karena:

1. Wana Wisata Coban Rondo adalah salah satu Wana Wisata di Jatim yang memadukan keindahan alam dengan aneka atraksi wisata, diantaranya adalah landscape viewing, trekking, Gajah tunggang dan masih banyak lagi.
2. Wana Wisata Coban Rondo saat ini menjadi salah satu obyek wisata andalan Jatim.
3. Wana Wisata Coban Rondo merupakan salah satu alternatif obyek wisata alam bagi wisatawan Jatim.
4. Wana Wisata Coban Rondo saat ini tampil dengan banyak program baru, dimana wisatawan tidak hanya menikmati air terjun seperti dulu saja.

3. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

am pengumpulan data ini, peneliti menggunakan tiga metode, yaitu:

Kuesioner

Am penelitian ini, survei dilakukan dengan penyebaran kuesioner pada pengunjung. wawancara dengan beberapa petugas di Wana Wisata Coban Rondo juga dilakukan uk lebih mempertajam hasil penelitian. Untuk selanjutnya data primer yang diperoleh i kuesioner dan wawancara akan diolah dan disajikan dalam bentuk tabel frekuensi.

Observasi

san peneliti untuk melakukan observasi adalah sebagai berikut:

- ✓ Tehnik observasi berdasarkan pada pengalaman langsung.
- ✓ Observasi juga memungkinkan melihat dan mengamati sendiri, kemudian mencatat perilaku dan kejadian sebagaimana yang terjadi pada keadaan yang sebenarnya.

a primer observasi dan wawancara akan disajikan dalam bentuk deskripsi dan kutipan wawancara. Khususnya observasi pada fasilitas dan *behavior* pengunjung.

Penggunaan Bahan dokumen

kumen sangat diperlukan dalam penelitian karena dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsir, bahkan untuk meramalkan data. Data sekunder g dibutuhkan dalam penelitian ini adalah mengenai aksesibilitas, sejarah obyek ata, kegiatan wisata yang ditawarkan di objek wisata, pengelolaan, fasilitas umum uk pengunjung dan data-data lainnya. Studi dokumenter di instansi-instansi terkait, erti Dinas Pariwisata Daerah Jawa Timur.



4. TEKNIK PENETAPAN SAMPLING

am penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah wisatawan/pengunjung na Wisata Coban Rondo. Metode pengambilan sample wisatawan dilakukan dengan t *Accidental Sampling*. Maksudnya adalah sampel yang dipilih adalah sampling yang nbil berupa individu yang kebetulan sedang melakukan aktifitas wisata di Coban ido.

ar sampel ditetapkan sebanyak 50 orang. Angka tersebut sudah cukup memberikan a tentang motivasi dan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan di obyek wisata Coban ido. Untuk selanjutnya, responden akan diwawancara dengan menggunakan instrumen elitian yang berupa kuesioner.

elitian juga dilengkapi dengan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan rman. Informan dipilih secara *purposive* sesuai dengan tujuan penelitian. Staf yang dikan sampel merupakan orang yang sengaja dipilih karena dipandang sebagai nber data atau informasi dan mempunyai relevansi dengan topik penelitian.

5. TEKNIK ANALISA DATA

alisa data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah aca dan diinterpretasikan (Singarimbun, Effendi, 1991: 263).

a yang terkumpul kemudian akan diklasifikasikan, dianalisis, dan diuraikan secara detail dengan uraian-uraian kualitatif. Oleh karena itu, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis kualitatif, artinya dari data yang diperoleh dilakukan paparan serta interpretasi secara mendalam dan sejauh mungkin dilakukan pembahasan teoritis sehingga diharapkan dapat diperoleh kesimpulan yang memadai. Untuk mendukung temuan data kualitatif dalam penelitian ini analisa data kuantitatif juga dilakukan. Sedangkan data kuantitatif akan terbatas pada penyajian dalam bentuk tabel kuensi yang digunakan untuk melengkapi uraian deskripsi.

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

DESKRIPSI LOKASI PENELITIAN

1. Lokasi dan Atraksi Wisata Yang Ditawarkan Wana Wisata Coban Rondo

Wana Wisata Coban Rondo di desa Pandesari, Kecamatan Pujon, Kabupaten Malang. Coban Rondo terletak di pegunungan Anjasmara. Sebelum menuju lokasi air terjun, maka pengunjung melewati beberapa lokasi atraksi wisata, diantaranya adalah kebun binatang, bumi perkemahan, aneka satwa.

Kemudahan aksesibilitas menuju obyek tidak sulit karena jalan yang dilalui sudah beraspal dan bisa dilalui berbagai jenis kendaraan. Berbagai macam jenis pepohonan yang tumbuh terawat di sekitar obyek wisata, terutama di lokasi air terjun, sehingga membuat pemandangan yang indah dan menarik dan menjadikan suatu panorama tersendiri.

Beberapa atraksi wisata yang dapat dinikmati di Wana Wisata Coban Rondo adalah sebagai berikut:

- ✓ *Landscape viewing*, yaitu memandangi bentang alam yang luas dan mempesona
- ✓ *Witnessing sunrise and sunset*, yaitu meluangkan waktu menjadi saksi terbit dan tenggelamnya matahari
- ✓ *Bird watching*, mengamati langsung perilaku burung di habitat aslinya
- ✓ *Wildlife admiring*, menyibak rerumputan, menikmati aneka bentuk dan warna bunga liar dan serangga
- ✓ *Camping*
- ✓ *Jungle/Village Trekking*
- ✓ *Wet Trekking (Tasung)*, menyusuri jeram dan sungai gunung dari hilir ke hulu

- ✓ *Night Safari*, menikmati suasana hutan di malam hari
- ✓ *Trekking by bike*
- ✓ *Days of Adventure*, berpetualang menembus lebatnya hutan dan berakhir di padang rumput
- ✓ *Outbound Training*
- ✓ Gajah Tunggang
- ✓ Kebun Mawar
- ✓ Kebun Organik

gram Wisata Yang Ditawarkan di Wana Wisata Coban Rondo

PROGRAM	HARGA	WAKTU	JARAK
Jungle trekking	Soft: 20.000	2 Jam	4 km
	Hard: 22.500	3 Jam	5 km
Village Trekking	30.000	2,5 jam	4 km
Night Walk-Meet Sunrise	40.000	Pagi-malam	4 km
Bird Watching	20.000	2 jam	2 km
Tasung (Aliran Sungai Gunung)	Soft: 30.000	2 Jam	2 km
	Hard: 35.000	3 Jam	3 km
Days of Adventure	Sabana: 150.000	2 hr/1 mlm	4 km
	Sukmollang: 200.000	3 hr/2 mlm	5 km

mentara itu, untuk menambah kenyamanan pengunjung juga disediakan fasilitas penginapan, sepeda gunung, tenda dll.

2. Legenda Wana Wisata Coban Rondo

Legenda leluhur mengisahkan bahwa asal usul Coban Rondo berasal dari kisah asmara pasangan pengantin baru, Dewi Anjarwati dari Gunung Kawi dengan Raden Baron Sumo dari Gunung Anjasmoro. Setelah usia perkawinan mencapai 36 hari, Dewi

Anjarwati mengajak suaminya berkunjung ke rumah mertuanya di Gunung Anjasmara. Namun orang tua Dewi Anjarwati melarang kedua mempelai pergi karena masih masa purnikahan. Menurut tradisi adat Jawa, pasangan pengantin baru belum diperbolehkan pergi jauh bila usia pernikahan mereka baru selapan. Tetapi kedua mempelai bersikeras pergi dengan segala resiko apapun yang terjadi di perjalanan.

Sementara di tengah perjalanan, keduanya dikejutkan dengan hadirnya Joko Lelono yang tak jelas asal usulnya. Ternyata Joko Lelono terpicik dengan kecantikan Dewi Anjarwati, dan berusaha merebutnya. Akibatnya perkelahian antara Joko Lelono dan Raden Baron Kusumo tidak terhindarkan. Kepada para pembantunya, Raden Baron Kusumo berpesan agar Dewi Anjarwati disembunyikan. Kemudian pembantunya membawanya pergi Dewi Anjarwati untuk bersembunyi di suatu tempat yang terdapat air terjun (coban). Perkelahian berlangsung seru dan ternyata akhirnya kedua-duanya gugur. Akibatnya status Dewi Anjarwati menjadi janda (rondo). Sejak saat itulah coban atau air terjun tempat Dewi Anjarwati bersembunyi dikenal dengan Coban Rondo. Konon batu besar di bawah air terjun merupakan tempat duduk sang putri yang merenungi nasibnya.

1.3. Sarana dan Prasarana Wana Wisata Coban Rondo

Sarana dan prasarana yang terdapat di Wana Wisata Coban Rondo adalah sebagai berikut:

rikut:

- ✓ Sarana akomodasi (dengan 15 kamar)
- ✓ Arena bermain anak
- ✓ Lapangan parkir
- ✓ Parkir mobil dan sepeda motor

- ✓ Aula (ruang pertemuan)
- ✓ Toilet
- ✓ Musholla
- ✓ Warung/depot makanan dan minuman, makanan ringan, rokok
- ✓ Toko souvenir
- ✓ Tempat perkemahan
- ✓ Persewaan peralatan *high ropes* untuk kegiatan *outbound*

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMOTIVASI EKOTURIS (*ECOTOURISTS*)
ATAU WISATAWAN DALAM KEGIATAN KEPARIWISATAAN
BERBASIS ALAM DI WANA WISATA COBAN RONDO**

belum membahas lebih jauh tentang faktor-faktor yang memotivasi ekoturis dalam kegiatan kepariwisataan berbasis alam, maka terlebih dahulu akan diungkapkan karakteristik responden.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Tabel 5.1. Umur Responden

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase (%)
1	15-25	39	78
2	26-36	8	16
3	37-47	2	4
4	48-58	1	2
5	59-69	-	-
6	>70	-	-
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Jika tabel umur responden di atas dianalisa, maka dapat dijelaskan bahwa wisatawan yang datang ke Wana Wisata Coban Rondo Malang didominasi oleh kelompok umur 15-

tahun yakni sebanyak 78%. Kelompok umur 26-36 tahun sebanyak 16% dan hanya yang berasal dari kelompok umur 48-58 tahun. Hal ini berarti wisatawan yang datang Coban Rondo adalah mereka yang usia muda hingga produktif. Sehingga target pasar ma dari wana wisata ini jelas harus lebih diarahkan pada kelompok usia tersebut di s. Program-program *outbound* dan *trekking* serta atraksi wisata lebih diarahkan untuk erasi muda yang kreatif, energik, dan berjiwa petualang. Selanjutnya apabila dikaitkan ian kegiatan yang selama ini sudah tersedia, maka memang menuntut kesiapan fisik ng tangguh. Mereka yang masih berada di usia produktif, secara fisik diasumsikan sih cukup tangguh untuk melakukan berbagai kegiatan wisata alam seperti bersepeda ng ataupun *trekking* dan aktifitas lain yang ditawarkan di Coban Rondo.

abila dikaitkan dengan jenis kelamin responden, maka presentase pria yang datang ke ban rondo lebih besar dibanding wanita. Ecotourists yang berjenis kelamin pria banyak 66%, sedangkan wanita 34%. Meskipun presentase wanita jauh lebih sedikit di nding pria, namun tetap menunjukkan bahwa kegiatan wisata alam juga diminati oleh nita. Sehingga, pihak pengelola harus pula memperhatikan dan mengakomodir butuhan-kebutuhan wisatawan wanita dalam program-program wisata yang awarkan.

bel 5.2. Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase (%)
1	Pria	33	66
2	Wanita	17	34
	Jumlah	50	100

mber: Data Primer

entara itu, tabel 5.3. menyajikan status perkawinan responden. Sebagian besar yang ng ke Coban Rondo adalah mereka yang masih berstatus belum menikah (76%). ya 24% yang mengaku sudah menikah dan datang bersama keluarga. Selaras dengan l kuesioner, hasil observasi di lapanganpun juga memperlihatkan bahwa yang datang Coban Rondo lebih banyak sekelompok anak muda ketimbang datang bersama arga. Wisatawan yang datang bersama keluarga lebih banyak mengunjungi atraksi ah Tunggang dan air terjun. Sedangkan mereka yang muda lebih ke *trekking* dan ung.

el 5.3. Status Perkawinan Responden

	Status Perkawinan	Frekuensi	Presentase (%)
	Menikah	12	24
	Belum menikah	38	76
	Jumlah	50	100

umber: Data Primer

a dilihat dari tingkat pendidikan responden, maka data yang diperoleh adalah tersaji am tabel berikut ini.

el 5.4. Tingkat Pendidikan Responden

	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Presentase (%)
	SD	1	2
	SMP	6	12
	SMU	17	34
	Sarjana Muda	4	8
	S1	22	44
	Lainnya	-	-
	Jumlah	50	100

umber: Data Primer

at puluh empat persen dari total responden adalah berpendidikan Sarjana atau S1.
 rentase berikutnya adalah berpendidikan SMU (34%). Hanya 2% dari total responden
 g berpendidikan SD. Kesimpulan yang dapat dipetik adalah tingkat pendidikan
 atawan yang datang ke Wana wisata Coban Rondo adalah mayoritas berpendidikan
 ana. Hal ini merupakan fenomena yang menarik, karena biasanya generasi muda
 h tertarik ke destinasi yang bersifat masal (seperti Bali). Namun, pada kenyataannya,
 kat pendidikan yang tinggi juga memberi kontribusi wawasan baru bagi wisatawan
 uk beralih dan mencoba menjelajah obyek wisata alam, sebagaimana Coban Rondo.

rikutnya, apabila dicermati lebih lanjut, wisatawan yang datang mayoritas adalah
 reka yang belum bekerja atau sedang mencari pekerjaan (70%), 18% dari keseluruhan
 ponden berwiraswasta, 10% responden bekerja sebagai karyawan swasta dan hanya
 o responden bekerja sebagai pegawai negeri. Hal ini menunjukkan bahwa obyek wisata
 an Rondo sudah dikenal dan dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai macam
 angan.

bel 5.5. Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Frekuensi	Presentase (%)
1	Karyawan swasta	5	10
2	Pegawai negeri	1	2
3	Wiraswasta	9	18
4	Belum bekerja	35	70
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

mentara itu, gambaran penghasilan responden adalah sebagai berikut.

Bel 5.6. Penghasilan Responden

Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Presentase (%)
Tidak berpenghasilan	33	66
< Rp. 500.000	5	10
Rp. 501.000 – Rp. 1.000.000	8	16
Rp. 1.001.000 – Rp. 1.500.000	2	4
Rp. 1.501.000 – Rp. 2.000.000	1	2
> Rp. 2.001.000	1	2
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Bel di atas menunjukkan kalau 66% responden mengaku belum berpenghasilan karena mereka belum memiliki pekerjaan atau masih sekolah. Sedangkan 16% responden berpenghasilan Rp. 501.000 – Rp. 1.000.000 per bulan, 10% responden memperoleh penghasilan kurang dari 500.000 per bulan. Hanya 2% dari total responden yang berpenghasilan antara Rp. 1.501.000 – Rp. 2.000.000 dan lebih dari Rp. 2.000.000 tiap bulannya. Fenomena penghasilan pengunjung yang demikian, sangat terkait dengan kemampuan pengunjung untuk mengakses sebuah obyek wisata. Apabila sebuah obyek wisata menetapkan tiket tanda masuk obyek wisata ataupun tiket untuk mengikuti aksi atau program wisata yang terlalu mahal maka tiket tersebut tidak akan terjangkau oleh pengunjung. Hal ini dibenarkan oleh salah seorang informan penelitian (petugas jaga Wana wisata Coban Rondo), bahwasanya tiket untuk mengikuti program-program wisata *trekking* Coban Rondo sangat murah dan disesuaikan dengan tingkat penghasilan rata-rata pengunjung.

MOTIVASI WISATA

Bel 5.7. menjelaskan mengenai bentuk kunjungan wisatawan di obyek wisata Coban Rondo.

Bel 5.7. Bentuk Kunjungan

	Bentuk Kunjungan	Frekuensi	Presentase (%)
	Individu	1	2
	Bersama teman	34	68
	Bersama keluarga	9	18
	Rombongan sekolah	3	6
	Lain-lain	3	6
	Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

ri data tersebut di atas, nampak bahwa bentuk kunjungan yang banyak dilakukan oleh wisatawan adalah bersama teman (68%), 18% datang bersama keluarga, 6% rombongan sekolah. Hanya 2% yang datang sendirian. Menurut petugas jaga, biasanya banyak sekali rombongan sekolah yang hadir untuk mengikuti *outbound* di Coban Rondo, namun pada saat penelitian dilakukan, peneliti tidak melihat banyak rombongan sekolah. Banyaknya obyek wisata alam yang menawarkan program *outbound* yang sama dengan Coban Rondo mengharuskan pihak pengelola harus lebih kreatif untuk beride dan menciptakan program-program baru yang menarik dan berbeda dari apa yang ditawarkan obyek wisata lainnya.

temuan data yang menyatakan bahwa mayoritas ekoturis di Coban rondo datang bersama teman memang konsisten dengan temuan-temuan data sebelumnya. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, hasil observasi menunjukkan banyak rombongan muda-mudi melihat mengikuti *trekking* dan aktivitas wisata alam lainnya di Coban Rondo.

mentara itu, pemandangan alam tetap menjadi primadona Coban Rondo. Hal ini buktikan dengan temuan yang menyatakan bahwa 90% responden menyatakan bahwa pemandangan alam merupakan daya tarik utama pengunjung pergi ke Coban Rondo.

wa kini pengunjung tidak hanya dapat menikmati air terjun saja, tetapi juga padang rumput yang membentang, aneka bunga liar, hingga serangga dan burung yang mempesona. Selain itu trekking ke tengah hutan sambil menikmati pemandangan alam merupakan daya tarik wisatawan tersendiri. Harga tiket yang terjangkau dan ditawarkannya berbagai atraksi wisata juga merupakan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung.

Tabel 5.8. Daya Tarik Obyek

Daya Tarik Obyek	Frekuensi	Presentase (%)
Pemandangan alam	45	90
Fasilitas	-	
Harga tiket terjangkau	2	4
Atraksi wisata	2	4
Lain-lain	1	2
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Sementara itu, apabila dilihat dari sumber informasi obyek (lihat tabel 4.9) maka data yang diperoleh menunjukkan bahwa mayoritas responden mendapat informasi tentang obyek wisata dari teman atau keluarga yang sebelumnya pernah ke sana (80%), sedangkan yang mendapat dari brosur hanya 18 % dan dari sumber lain-lain (misalnya informasi dari media adalah 2% dari keseluruhan responden).

Keberarti yang diungkapkan di tinjauan pustaka, bagaimana seorang wisatawan menerima informasi dan dari mana informasi itu berasal adalah faktor penting yang sangat menentukan pilihan berwisata atau *a travel decision*. Temuan data yang menunjukkan informasi dari teman atau keluarga ini sangat jelas menunjukkan bahwa strategi dari mulut ke mulut merupakan strategi marketing yang paling efektif untuk lebih

mperkenalkan obyek wisata Coban Rondo ke masyarakat luas, sedangkan jalur brosur maupun media massa nampaknya kurang efektif. Namun meskipun demikian, jalur marketing seperti brosur yang pada saat ini tidak menjadi sumber informasi utama bagi pengunjung, bukan tidak mungkin harus dikembangkan di masa yang akan datang. Selanjutnya, brosur yang ada diperbanyak atau desainnya dibuat lebih menarik. Selanjutnya, distribusi penyebarannya lebih diperluas areanya, misalnya menyebar ke sekolah-sekolah terutama pada masa liburan dan lain sebagainya.

mengenai strategi dari mulut ke mulut, maka strategi ini mempunyai peran yang sangat penting untuk mentransfer informasi dan mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi wisata. Keburukan dari strategi mulut ke mulut adalah bahwa strategi ini sangat sulit untuk dikontrol. Hal ini dikarenakan apabila seseorang mempunyai pengalaman buruk atau persepsi yang negatif mengenai sebuah obyek wisata maka dia akan menceritakan kepada orang lain. Demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, kepuasan pengunjung pada saat berkunjung ke Coban Rondo adalah sangat utama. Karena pada wisatawan tersebut apabila puas maka ia akan datang lagi dan menceritakan pada teman-temannya. Namun sebaliknya, apabila dia tidak puas maka wisatawan tersebut akan menceritakan pada yang

Tabel 5.9. Sumber Informasi Obyek

Sumber Informasi Obyek	Frekuensi	Presentase (%)
Brosur	9	18
Media massa	-	
Teman/Keluarga	40	80
Lain-lain	1	2
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

lanjutnya gambaran faktor apa yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke
 Coban Rondo adalah seperti disajikan dalam tabel 5.10. Sebanyak 52% responden
 menyatakan memiliki motif ingin bersantai dalam kegiatan wisata alam di Coban Rondo
 32% didorong oleh rasa ingin tahu. Ketika diwawancara lebih lanjut, rasa ingin tahu
 karena memang responden belum pernah ke sana dan ingin mencoba program-
 program baru yang ditawarkan Coban Rondo. Motif bersantai memang sangat
 mendominasi motif wisata pengunjung di Coban Rondo. Selepas aktivitas keseharian
 yang melelahkan maka kepenatan dan stress akan hilang dengan mengunjungi tempat
 yang alami dengan rimbunan hutan asri yang hijau. Motif fisik adalah motif wisata
 yang banyak dari responden.

Tabel 5.10. Motif Wisata

Motif Wisata	Frekuensi	Presentase (%)
Santai	26	52
Ingin tahu	16	32
Kegiatan sekolah	4	8
Bertemu keluarga	1	2
Lainnya	3	6
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

keputusan mengapa pergi ke obyek wisata Coban Rondo, seperti yang disajikan dalam
 tabel 5.11, lebih banyak merupakan keputusan sendiri (30%) dan teman (38%). Hal ini
 memang konsisten dengan temuan sebelumnya mengenai banyaknya pengunjung yang
 status belum menikah dan datang berombongan bersama teman. Mengingat pola
 kunjungan ke Coban Rondo yang bersifat individual, maka prosentase kecil ditemukan
 keputusan memilih obyek baik dari suami ataupun dari suami dan istri (8%).

angka responden yang datang ke Coban Rondo karena acara yang diselenggarakan di pihak sekolah atau guru hanya ditemukan pada 6% responden.

Tabel 5.11. Keputusan Memilih Obyek

Keputusan Memilih Obyek	Frekuensi	Presentase (%)
Suami	4	8
Istri	-	-
Suami dan Istri	4	8
Sekolah/Guru	3	6
Keputusan sendiri	15	30
Teman	19	38
Lainnya	5	10
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Setiap wisatawan akan mengeluarkan sejumlah uang di obyek wisata. Besar pengeluaran wisatawan yang dikeluarkan meliputi transportasi, akomodasi, konsumsi, oleh-oleh dan lainnya (tiket masuk obyek, mengikuti program wisata dll). Mayoritas besar pengeluaran wisatawan di Coban Rondo adalah di bawah 100 (82%), 10% menghabiskan antara Rp. 100.000 – Rp. 300.000, 6% responden mengaku menghabiskan Rp. 100.000 – Rp. 300.000, dan 2% yang mempunyai pengeluaran lebih dari Rp. 301.000. Dari hasil wawancara lebih mendalam kepada beberapa pengunjung, mereka menyatakan bahwa di Coban Rondo mereka lebih banyak berjalan-jalan menikmati pemandangan alam daripada membeli oleh-oleh. Pengeluaran untuk konsumsi biasanya untuk membeli bakso atau makanan kecil yang disediakan di areal obyek wisata. Sedangkan untuk souvenir, wisatawan biasanya membeli gantungan kunci yang bertuliskan Coban Rondo. Sementara pengeluaran untuk transportasi terkait erat dengan alat transportasi yang digunakan wisatawan menuju ke obyek wisata seperti yang terungkap di tabel 5.12.

5.12. Besar Pengeluaran Wisatawan

Besar Pengeluaran Wisatawan	Frekuensi	Presentase (%)
< Rp. 100.000	41	82
Rp. 100.000 – Rp. 200.000	3	6
Rp. 201.000 – Rp. 300.000	5	10
> Rp. 301.000	1	2
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

berdasarkan hasil observasi dari segi alat transportasi yang digunakan oleh responden, maka 70% responden menggunakan sepeda motor untuk menuju lokasi 24% responden menggunakan mobil pribadi. Bus pariwisata dan kendaraan umum juga digunakan oleh pengunjung sebagai alat transportasi untuk menuju lokasi. Dengan demikian, obyek wisata Coban Rondo dapat dikatakan memiliki aksesibilitas yang tinggi, karena lokasinya mudah diakses dengan berbagai jenis kendaraan. Hasil observasi juga menunjukkan bahwa aksesibilitas menuju obyek wisata Coban Rondo tidak sulit karena jalan yang dilalui sudah beraspal dan bisa dilalui berbagai jenis kendaraan. Penjelasan mengenai alat transportasi yang digunakan wisatawan erat kaitannya dengan aksesibilitas lokasi wisata yang mudah atau tidak dijangkau oleh wisatawan. Secara lebih jelas, alat transportasi yang digunakan tersaji dalam tabel 5.13.

5.13. Alat Transportasi Yang Digunakan

Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase (%)
Mobil Pribadi	12	24
Mobil kantor	-	-
Bus Pariwisata	2	4
Sepeda motor	35	70
Kendaraan umum	1	2
Lain-lain	-	-
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

mentara itu aktifitas wisata (lihat tabel 5.14) yang dilakukan oleh mayoritas wisatawan Coban Rondo adalah menikmati pemandangan. Jalan-jalan dilakukan oleh sebanyak % responden, piknik bersama keluarga dilakukan oleh 26 % responden dan lain-lain %.

bel 5.14. Aktifitas Wisata

No	Aktifitas Wisata	Frekuensi	Presentase (%)
1	Jalan-jalan	24	48
2	Piknik dengan keluarga/teman	13	26
3	Menikmati pemandangan	31	62
4	Lain-lain	8	16
	Jumlah	50	100

umber: Data Primer

KEBUTUHAN (NEEDS) WISATAWAN

buah obyek wisata harus pula memperhatikan kebutuhan wisatawan. Hal ini akan membuat wisatawan senang dan nyaman serta menghabiskan waktu tinggal lebih lama di obyek wisata tersebut. Salah satu kebutuhan pengunjung yang harus diperhatikan adalah mengenai keberadaan fasilitas umum. *Indepth interview* berupa pertanyaan terbuka mengenai fasilitas umum yang ada di Coban Rondo, direspon secara positif oleh para responden. Mereka mengatakan kalau fasilitas umumnya sudah baik, hanya perlu meningkatkan kebersihannya. Sementara itu, beberapa responden menyatakan bahwa fasilitas umumnya sangat kurang memadai. Seperti yang diungkapkan oleh saudara Aminah dari Surabaya:

"...Di Coban Rondo ini, fasilitas toiletnya sudah cukup lumayan. Hanya restoran kurang, telekomunikasi kurang, dan tempat bermain untuk anak juga kurang. Trus juga ada beberapa ayunan yang sudah agak rusak. ...mbok ya diperbaiki"

masalah mengenai fasilitas telekomunikasi yang kurang baik juga banyak
meluhkan responden lain. Salah satunya adalah sebagai berikut:

“...Waduh di sini fasilitas telekomunikasinya gak bagus, karena tidak terjangkau
sinyal HP”.

mentara itu, pendapat menarik dikemukakan oleh ibu Sine. Menurut beliau, kurang
bangun hubungan yang positif antara pengunjung dan pihak pengelola Coban Rondo.

ini dapat terlihat dari tidak diresponnya hal-hal yang sebetulnya menjadi kebutuhan
ma pengunjung. Misalnya mengenai kebutuhan wartel. Secara lebih jelas hal itu
ungkap dari kutipan wawancara berikut:

“...Lha banyak hal yang seharusnya direspon oleh pihak Coban Rondo mengenai
kebutuhan wisatawan ini. Misalnya, kita *kan* butuh wartel, eh cari-cari gak ada. *Kan*
nilai daripada hubungan antara pengunjung dengan pengelola jadi nyambung. Kalau
kebutuhan wisatawan tidak diperhatikan, maka ya Coban Rondo jadi sepi seperti
sekarang ini”

mun, banyak pula yang menyatakan bahwa fasilitas-fasilitas yang terdapat di Coban
ndo sudah cukup baik, hanya perlu ditingkatkan kebersihan dan kerapiannya. Hasil
servasi menunjukkan bahwa kondisi fasilitas umum di obyek wisata cukup terawat
ngan baik dan setiap fasilitas umum dijaga dan dirawat oleh bagian perawatan. Petugas
bersihan juga terlihat sibuk menyapu dan membersihkan áreal lokasi obyek wisata.
rbagai macam jenis pepohonan yang tumbuh terawat di sekitar obyek wisata (terutama
sekitar lokasi air terjun), membuat panorama wana wisata Coban Rondo menjadi lebih
narik.

kutnya pertanyaan mengenai apa sajakah kebutuhan (*needs*) dari ekoturis (*ecotourists*) ketika berkunjung ke Wana Wisata Coban Rondo. Saudara Ana dari abaya menyatakan bahwa warung makan dan wartel adalah kebutuhan utama baginya.

lagi kebutuhan dari Riono seperti dituturkan berikut ini.

“...Kalau saya sebagai pengunjung sih membutuhkan suasana yang tenang, nyaman dan bersih. Trus kalau bisa di Coban Rondo ini ada kolam renangnya, gitu. Jadi gak cuman air terjun aja”

nginan akan pemandian terlihat mendominasi jawaban responden. Fasilitas lain yang identifikasi sebagai tambahan fasilitas yang diinginkan pengunjung adalah sebagai berikut:

- ✓ Pemandian
- ✓ Tempat duduk yang santai
- ✓ Arena bermain anak yang luas
- ✓ Wartel dan warnet
- ✓ Kamar di penginapan yang diperbanyak
- ✓ Jalan masuk di dalam obyek wisata lebih ditata
- ✓ Cafe
- ✓ Pemandu wisata

skipun ada beberapa item kebutuhan wisatawan yang belum terpenuhi, namun secara keseluruhan, baik kebutuhan fisik dan emosi mereka sudah terpenuhi di Coban Rondo.

ini terungkap di tabel 5.15, 70% responden yang mengaku kebutuhannya sudah terpenuhi. Hanya 30% responden yang menyatakan bahwa kurang nyaman dan kebutuhannya sebagai wisatawan tidak terpenuhi di obyek wisata Coban Rondo.

Tabel 5.15. Terpenuhinya Kebutuhan Wisatawan

Terpenuhinya Kebutuhan Wisatawan	Frekuensi	Presentase (%)
Ya	35	70
Tidak	15	30
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Dari keseluruhan, 66% dari keseluruhan responden mengaku puas berkunjung ke obyek wisata Coban Rondo, sedangkan sisanya menyatakan tidak puas. Ketika dikonfirmasi alasan ketidakpuasannya, maka mayoritas menjawab karena fasilitas yang kurang memadai (50%). Cuaca yang tidak mendukung pada saat berkunjung (21.42%) dan kebersihan obyek yang tidak terawat (21.42%) juga menjadi alasan ketidakpuasan. Hal ini menunjukkan bahwa perlu diperhatikan faktor-faktor yang menjadi sumber ketidakpuasan pengunjung. Hal ini menjadi input yang positif bagi pihak pengelola untuk memperbaikinya di masa mendatang. Tabel 5.16 dan 5.17 menyajikan kepuasan berkunjung dan alasan ketidakpuasan pengunjung.

Tabel 5.16. Kepuasan Berkunjung Ke Obyek Wisata

Kepuasan Berkunjung Ke Obyek Wisata	Frekuensi	Presentase (%)
Puas	33	66
Tidak Puas	17	34
Jumlah	50	100

Sumber: Data Primer

Tabel 5.17. Alasan Ketidakpuasan

Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase (%)
Fasilitas tidak memadai	7	50
Cuaca tidak mendukung	3	21,42
Kebersihan obyek tidak diperhatikan	3	21,42
Lain-lain	1	7,14
Jumlah	14	100

Sumber: Data Primer

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

I. KESIMPULAN

Hasil penelitian, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berkenaan dengan faktor-faktor yang menjadi motivasi ekoturis (*ecotourists*), dalam hal ini pengunjung Wana Wisata Coban Rondo maka dalam kegiatan kepariwisataan berbasis alam (*ecotourism*) Selanjutnya gambaran faktor apa yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Coban Rondo adalah seperti disajikan dalam tabel 5.10. Sebanyak 52% responden menyatakan memiliki motif ingin bersantai dalam kegiatan wisata alam di Coban Rondo dan 32% didorong oleh rasa ingin tahu. Ketika diwawancara lebih lanjut, rasa ingin tahu ini karena memang responden belum pernah ke sana dan ingin mencoba program-program baru yang ditawarkan Coban Rondo. Motif bersantai memang sangat mendominasi motif wisata pengunjung di Coban Rondo. Selepas aktivitas keseharian yang melelahkan maka kepenatan dan stress akan hilang dengan mengunjungi tempat yang alami dengan rimbunan hutan asri yang hijau. Motif fisik adalah motif wisata terbanyak dari responden.
2. Sementara itu, pemandangan alam tetap menjadi primadona Coban Rondo. Hal ini dibuktikan dengan temuan yang menyatakan bahwa 90% responden menyatakan bahwa pemandangan alam merupakan daya tarik utama pengunjung pergi ke Coban Rondo. Bahwa kini pengunjung tidak hanya dapat menikmati air terjun saja, tetapi juga padang rumput yang membentang, aneka bunga liar, hingga

serangga dan burung yang mempesona. Selain itu trekking ke tengah hutan sambil menikmati pemandangan alam merupakan daya tarik wisatawan tersendiri. Harga tiket yang terjangkau dan ditawarkannya berbagai atraksi wisata juga merupakan daya tarik tersendiri bagi para pengunjung.

3. Kebutuhan fisik dan emosi secara keseluruhan sudah terpenuhi bagi 70% responden. Sedangkan faktor kurang memadainya fasilitas menjadi penyebab utama ketidakpuasan pengunjung.

2. SARAN

1. Masukan dari wisatawan hendaknya ditangkap sebagai input positif yang membangun obyek wisata Coban Rondo menjadi lebih baik di kemudian hari.
2. Perlu adanya program yang lebih menarik, variatif dan berbeda dengan apa yang ditawarkan oleh pihak obyek wisata lain.
3. Pemenuhan kebutuhan akan sarana dan prasarana untuk wisatawan agar wisatawan menjadi lebih nyaman di wana wisata Coban Rondo.

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- pton, J. 1979, "Motivation for pleasure vacation" in *Annals of Tourism Research*, 6(4) pp 408-424
- , D. 1997, *Marketing for Leisure and Tourism*, Hodder Headline Plc, London
- ozy, U. and Uysal, M., 1994, "Tourism Motivation Variations of Overseas German Visitors" in *Global Tourist Behaviour* (ed. Uysal, M.), Haworth, New York pp 138
- ong, L. 1994, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung
- idayati, E. 2003, *Motivasi dan Pola Konsumsi Wisatawan Dalam Kegiatan rekreasi di Obyek AgroWisata Kebun Teh Wonosari Lawang, Malang*.
- , G. F. 1998, *The Psychology of Tourism*, Hospitality Press, Melbourne
- , C. 1995, *Researching Tourist Satisfaction: Issues, Concepts, Problems*, Routledge,
- n, E. 1990, *Pembangunan berwawasan Lingkungan*, LP3ES, Jakarta
- adijo, RG, 1997, *Anatomi Pariwisata: Memahami Pariwisata sebagai "Systemic Linkage"*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- narwoto, O. 1994, *Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan*, Djambatan
- ane, J. 1999, *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*, Kanisius, Yogyakarta
- , S, Dowling, R.2002, *Ecotourism*, Pearson educated Ltd, Essex
- ce, P. L., Morrison, A. M. and Rutledge, J. L. 1998, *Tourism, Bridge across Continents*, the McGraw-Hill Companies, Inc., Sydney
- ardson, J. 1993, *Ecotourism and Nature Based Holidays*, Simon and schuster, NSW

MPIRAN

TASUNG

Segar...
Alami...
Menantang...!!!

Satu lagi petualangan yang bisa anda nikmati ditengah hutan kami yang alami... Telusuri sungai gunung serta rasakan keasyikan, tantangan, dan sensasinya...

Tasung (Telusur Aliran Sungai Gunung) akan mengajak anda merasakan segar dan derasnya jeram aliran sungai yang berujung ke air terjun Coban Rondo.

Dihutan wisata terkenal di Jawa Timur kami berkomitmen untuk terus menghadirkan program-program dengan sentuhan rekreasi, pendidikan, dan petualangan.

Wisata Trekking
Coban Rondo Malang



Pemesanan dan informasi lebih lanjut silahkan menghubungi:
Wana Wisata Coban Rondo
 Desa Pandesari - Kec. Pujon - Kab. Malang - Jawa Timur 65391 Indonesia
 Telp/Fax : (0341) 705 7569
 Pict: Elvis, Soleh, Loren, dan Sahir
 E-mail: cobanrondopalaw@yahoo.com

No	Nama	Alamat	Telepon	Fax
1	U	J	1500	1500
2	U	J	1500	1500
3	U	J	1500	1500
4	U	J	1500	1500
5	U	J	1500	1500
6	U	J	1500	1500
7	U	J	1500	1500
8	U	J	1500	1500
9	U	J	1500	1500
10	U	J	1500	1500

Kini bukan hanya air terjun saja yang bisa kita nikmati di Wana Wisata Alam Coban Rondo. Ikuti aneka program wisata alam kami. Temukan dan rasakan petualangan di alam segar pegunungan yang akan mengegarkan badan dan jiwa anda...
 Mulai kesegaran air terjun hingga padang rumput membentang. Dan indahnya aneka bunga liar, hingga serangga dan burung yang mempesona. Dari trekking di tengah hutan sampai dengan memerah susu sapi di pedesaan...
 Semua bisa anda nikmati disini...





...migli petualangan mer...
 lebatnya hutan dan ber...
 hamparan padang rumput
 Anda bisa pilih paket 2
 hari . Cry for more...!

THINGS YOU CAN DO ...

...askan dahaga Indera Anda dengan menikmati
 keindahan alam di Wana Wisata Coban Rondo

LANDSCAPE VIEWING

Segarkan mata dan pikiran
 dengan hanya duduk dan
 nikmati bentang alam yang
 luas dan mempesona.



WITNESSING SUNRISE AND SUNSET



Luangkan waktu menjadi
 saksi terbit dan tenggelamnya
 matahari. Dan pastikan Anda tak
 akan pernah melupakannya...

BIRD WATCHING

Ingin tahu dan mengamati langsung perilaku burung di
 habitat aslinya ? Ikuti paket *bird watching* !

WILDLIFE ADMIRING

Sibak rimbun rerumputan.
 Kuak lebat pepohonan. Nikmati
 aneka bentuk dan warna bunga
 liar serta puluhan jenis serangga
 yang menakjubkan. Temukan dunia yang lain !



Ingin yang lebih berkeringat dan lebih menantang ?
 Ayo , Ikuti serunya aneka paket outdoor activities yang
 kami rancang untuk menyegarkan badan dan
 pikiran Anda.

CAMPING



Kami sajikan beberapa paket berkemah
 seperti : *Family Camp, Youth Camp,* dan
Kids Back To Nature. Dua yang terakhir
 sangat sesuai untuk siswa / pelajar.

JUNGLE / VILLAGE TREKKING

Hilangkan kepenatan dan
 stress dengan menyusuri
 rimbunan hutan yang asri
 dan hijau.



WET TREKKING (TASUNG)



Coba tantangan yang satu ini.
 Menyusuri jeram dan sungai gunung
 dari hilir ke hulu Basah, segar, dan
 menguji nyali Anda !

NIGHT SAFARI

Ingin merasakan suasana yang berbeda ? Ikuti paket
 menikmati suasana hutan dimalam hari hingga
 menyaksikan terbitnya matahari.

OUTBOUND TRAINING



Kami sediakan aneka
 paket *outbound* yang
 untuk perusahaan , org...
 pelajar / mahasiswa , ...
 masyarakat umum: *fun*
team building, family ga
outbound kid, dll.



MORE THING

GAJAH TUNGGANG

Ajak teman dan keluarga
 Anda merasakan sensasinya
 naik di atas punggung gajah.



KEBUN MAWAR

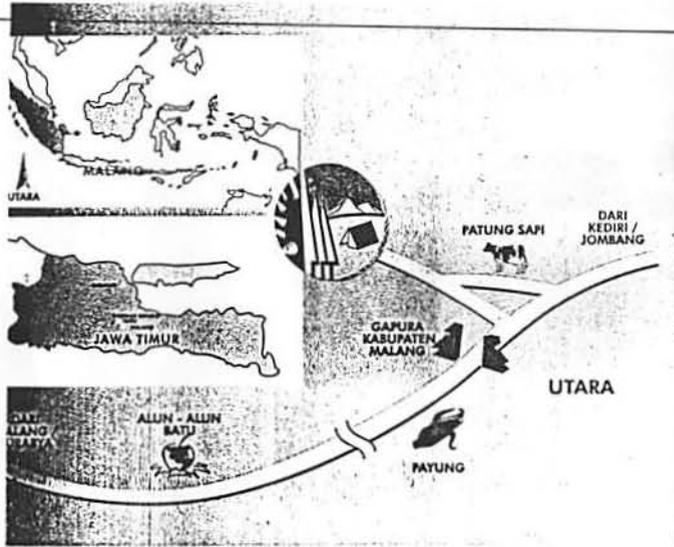


Nikmati kebun dengan let
 2000 batang mawar . Pi
 petik untuk diri sendiri dan
 terdekat Anda.

KEBUN ORGANIK

Petik dan rasakan kesegaran
 aneka sayuran organic yang
 ditanam tanpa pestisida dan
 pupuk kimia. Juga menerima *delivery-order* ...
 wilayah Malang, Batu dan sekitarnya.

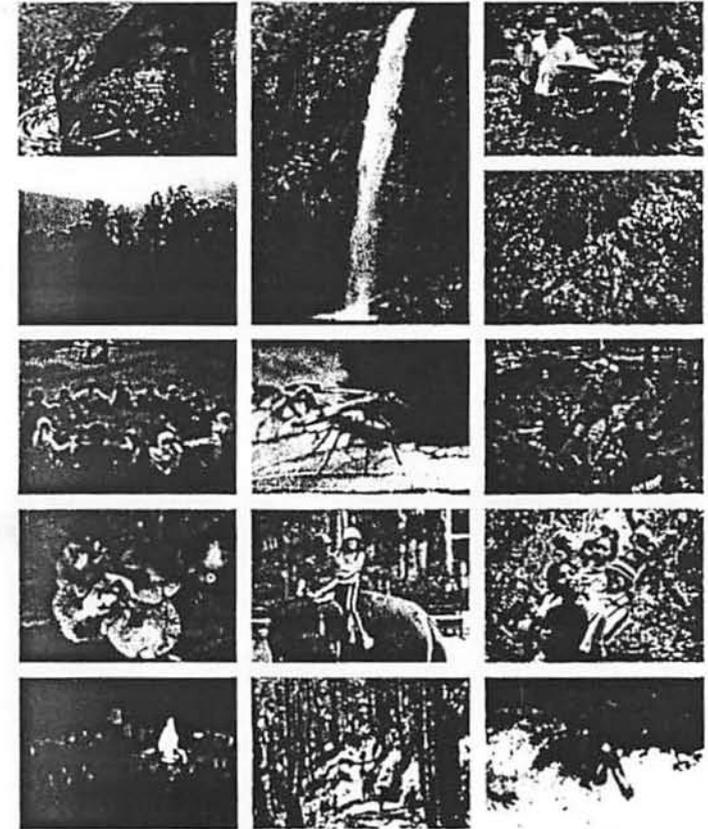




Informasi lebih lanjut dan pemesanan,
 silahkan menghubungi
PT. Perhutani Alam Wisata
 Unit Kerja Wana Wisata Coban Rondo
 Ds. Pandesari - Kec. Pujon
 Kabupaten Malang 65391
 Jawa Timur - Indonesia
 Ph. / Fax : (+62) 0341 705 7569
 e-mail : cobanrondopalawia@yahoo.com



experience **COBAN RONDO**



LEGENDA

Legenda leluhur mengisahkan bahwa asal Coban Rondo berasal dari kisah asmara sepasang peyang baru saja melangsungkan pernikahan. Mempelai perempuan bernama Dewi Anjarwati dari Kawi yang menikah dengan Raden Baron Kusumo dari Anjasmoro. Setelah usia pernikahan mencapai 8 (Bhs.Jawa : *selapan*), Dewi Anjarwati mengajak suami berkunjung ke rumah mertuanya di Gunung Anji. Namun orang tua Dewi Anjarwati melarang kedua mempelai pergi karena masih masa selapan. Menurut tradisi ada pasangan pengantin baru belum diperbolehkan pergi sebelum usia pernikahan mereka baru selapan. Tetapi, kedua mempelai bersikeras pergi dengan segala resiko apapun yang terjadi selama perjalanan.

Ketika dalam tengah perjalanan, keduanya dihadang dengan hadirnya Joko Lelono yang tidak jelas asal-usulnya. Ternyata Joko Lelono terpicat dengan kecantikan Dewi Anjarwati, dan berusaha merebutnya. Akibatnya pertikaian antara Joko Lelono dan Raden Baron Kusumo terhindarkan. Kepada para pembantunya, Raden Baron Kusumo berpesan agar Dewi Anjarwati disembunyi. Kemudian pembantunya membawa Dewi Anjarwati bersembunyi di suatu tempat yang terdapat air terjun (bhs.Jawa : *coban*). Perkelahian berlangsung sampai akhirnya kedua mempelai bertemu. Akibatnya Dewi Anjarwati menjadi janda (Bhs.Jawa : *rondo*). Sejak saat itu, coban atau air terjun tempat Dewi Anjarwati bersembunyi dikenal dengan Coban Rondo.

Konon batu besar dibawah air terjun merupakan tempat duduk sang putri yang merenungi nasibnya.

Let the adventure of body and soul begin ...

Handwritten text on a torn piece of paper, including the number "17" and a small diagram with dashed lines.

