

PENERAPAN MODEL MULTIVARIAT ANALISIS OF VARIANCE DALAM MENGUKUR PERSEPSI DESTINASI WISATA

Robert Tang Herman

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Komunikasi, BINUS University
Jln. K.H. Syahdan No. 9, Palmerah, Jakarta Barat 11480
roberth@binus.edu

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide conceptual and infrastructure tools for Dinas Pariwisata DKI Jakarta to improve their capabilities for evaluating business performance based on market responsiveness. Capturing market responsiveness is the initial research to make industry mapping. Research steps started with secondary research to build data classification system. The second is primary research by collecting the data from market research. Data sources for secondary data were collected from Dinas Pariwisata DKI, while the primary data were collected from survey method using questionnaires addressed to the whole market. Then, analyze the data collected with multivariate analysis of variance to develop the mapping. The result of cluster analysis distinguishes the potential market based on their responses to the industry classification, make the classification system, find the gaps and how important are they, and the another issue related to the role of the mapping system. So, this mapping system will help Dinas Pariwisata DKI to improve capabilities and the business performance based on the market responsiveness and, which is the potential market for each specific classification, know what their needs, wants and demand from that classification. This research contribution can be used to give the recommendation to Dinas Pariwisata DKI to deliver what market needs and wants to all the tourism place based on this classification resulting, to develop the market growth estimation; and for the long term is to improve the economic and market growth.

Keywords: *creative industry mapping, cluster analysis, market responsiveness, market growth*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyediakan alat konseptual dan prasarana bagi Dinas Pariwisata DKI Jakarta untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengevaluasi kinerja bisnis berdasarkan respons pasar. Menangkap respons pasar adalah penelitian awal untuk membuat pemetaan industri. Langkah-langkah penelitian dimulai dengan penelitian sekunder untuk membuat klasifikasi sistem data. Yang kedua adalah penelitian primer dengan mengumpulkan data dari riset pasar. Sumber data untuk data sekunder dikumpulkan dari Dinas Pariwisata DKI, sedangkan data primer diperoleh dari metode survei menggunakan kuesioner yang ditujukan kepada pasar. Kemudian, data yang dikumpulkan dianalisis dengan analisis multivariat varians untuk mengembangkan pemetaan. Hasil analisis cluster membedakan pasar potensial berdasarkan tanggapan mereka terhadap klasifikasi industri, membuat sistem klasifikasi, menemukan kesenjangan dan betapa pentingnya hal itu, dan masalah lain yang berkaitan dengan peran sistem pemetaan. Jadi, sistem pemetaan ini akan membantu Dinas Pariwisata DKI untuk meningkatkan kemampuan dan kinerja bisnis berdasarkan respons pasar, dan, yang merupakan pasar potensial untuk setiap klasifikasi tertentu, mengetahui kebutuhan, keinginan, dan permintaan dari klasifikasi tersebut. Kontribusi penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan rekomendasi kepada Dinas Pariwisata DKI untuk memberikan kebutuhan dan keinginan pasar terhadap semua tempat pariwisata berdasarkan klasifikasi yang dihasilkan, untuk mengembangkan estimasi pertumbuhan pasar; dan untuk jangka panjang adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan pasar.

Kata kunci: *pemetaan industri kreatif, analisis cluster, respons pasar, pertumbuhan pasar*

PENDAHULUAN

Wisata kian menjadi kebutuhan yang sangat penting khususnya bagi masyarakat di perkotaan. Banyak pilihan masyarakat untuk berwisata diantaranya yang sangat banyak diminati adalah wisata belanja dan wisata rekreasi. Saat ini, banyak tempat belanja yang menjadi favorit konsumen, khususnya mall yang jumlahnya tergolong banyak apalagi mall-mall tersebut menawarkan berbagai daya tarik tersendiri untuk mempengaruhi konsumen. Selain mall, jenis wisata lainnya adalah rekreasi dan tempat yang paling banyak dikunjungi adalah Dunia Fantasi, Taman Impian Jaya Ancol, Pantai Ancol, TMII dan Kebun Binatang Ragunan dan Monas.

Kepuasan wisatawan akan sangat tergantung dari kinerja produk wisata itu sendiri. Tempat tujuan wisata yang menyebar di wilayah DKI Jakarta semakin ditantang untuk memiliki keunggulan bersaing dan mampu memenuhi harapan wisatawan baik Lokal maupun wisatawan mancanegara. Dinas pariwisata DKI dan semua pengelola bisnis pariwisata harus mampu melihat market opportunity dari pada hanya market share saja. Pelaku bisnis pariwisata harus mampu memberikan sesuatu yang lebih dari sekedar apa yang ada saat ini.

Berdasarkan data yang ada, menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan asing yang datang ke Jakarta, yaitu sebanyak 90%, adalah untuk tujuan berbisnis atau menghadiri event-event khusus yang diadakan di Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa Jakarta kurang menunjukkan eksistensinya sebagai kota wisata, namun lebih sebagai pusat bisnis.

Itu bukan karena Jakarta tidak mempunyai potensi untuk menarik minat wisata para turis asing, namun lebih dikarenakan promosi yang kurang efektif (ditunjukkan oleh data dari dinas pariwisata: 87,5% dari wisatawan asing yang berkunjung tidak pernah melihat promosi kota Jakarta). Penyebab diduga karena kondisi, fasilitas, dan infrastruktur kota Jakarta yang memang kurang mendukung, seperti keamanan, kebersihan, ketertiban lalu lintas, aksesibilitas ditambah dengan hambatan dari pihak imigrasi yang kadangkala mempersulit warga asing untuk masuk ke Jakarta.

Melihat perkembangan sektor pariwisata yang terus meningkat, dan melihat sangat vitalnya sektor itu dalam mendukung perekonomian nasional, maka sangat penting bagi pengelola pariwisata untuk terus melakukan pembenahan. Hal ini dilakukan agar wisatawan merasa puas dan mendapatkan superior value dari setiap pengalamannya selama melakukan kegiatan wisata.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur perbandingan perbedaan antara dua buah kelompok. Dua buah kelompok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok yang memilih Wisata Rekreasi dan kelompok Wisata Belanja. Dengan demikian, kedua kelompok ini akan menilai seperangkat ukuran dependen yakni respon terhadap pilihan berwisata dan kesan terhadap destinasi wisata yang dikunjungi wisatawan.

Lingkup penelitian ini hanya mencakup aspek penilaian responden terhadap beberapa destinasi wisata yang dikelompokkan ke dalam dua kategori responden yakni wisata belanja dan wisata rekreasi. Penelitian ini juga ditujukan untuk mengoptimalkan destinasi wisata sebagai salah satu orientasi pasar (market orientation) dengan peningkatan performance pengelola pariwisata. Faktor relationship antara pengelola destinasi wisata dengan wisatawan harus terjalin dengan baik untuk tercipta hubungan jangka panjang yang lebih baik.

Kerangka Teori

Konsep Pariwisata dan Kepariwisataan

Batasan pariwisata bisa ditinjau dari berbagai sudut pandang dimana belum ada keseragaman sudut pandang. Salah satunya adalah seperti diungkapkan oleh E. Guyer Freuler sebagaimana dikutip oleh Yoeti (1996) yang mengatakan, pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pegaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil dari pada perkembangan perniagaan, industri dan perdagangan serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan.

Pengertian lain tentang pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business*) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragam (Yoeti, 1994).

Menurut Soetomo (1994), yang didasarkan pada ketentuan WATA (*World Association of Travel Agent* atau Perhimpunan Agen Perjalanan Sedunia), wisata adalah perjalanan keliling selama lebih dari tiga hari, yang diselenggarakan oleh suatu kantor perjalanan di dalam kota dan acaranya antara lain melihat-lihat di berbagai tempat atau kota baik di dalam maupun di luar negeri. Berdasarkan pengertian di atas dapat dikatakan bahwa orang yang melakukan perjalanan akan memerlukan berbagai barang dan jasa sejak mereka pergi dari tempat asalnya ke tempat tujuan wisata dan kembali lagi ke tempat asalnya.

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan Bab I Pasal 1; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Jadi pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu: (1) kegiatan perjalanan; (2) dilakukan secara sukarela; (3) bersifat sementara; (4) perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Sedangkan pengertian objek dan daya tarik wisata menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 yaitu yang menjadi sasaran perjalanan wisata yang meliputi: (1) ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis, serta binatang-binatang langka. (2) karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro (pertanian), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan; dan (3) sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah dan lain-lain.

Kemudian pada angka 4 di dalam Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 dijelaskan pula bahwa pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi: (1) semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata. (2) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, seperti: kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam), museum, waduk, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat, dan yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai dan sebagainya; (3) pengusahaan jasa dan sarana pariwisata, yakni usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, pramuwisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, impresariat, konsultan pariwisata, informasi

pariwisata), usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata dan sebagainya, serta usaha-usaha jasa yang berkaitan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Sedangkan pengertian Kepariwisataan menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 pada bab I pasal 1, bahwa Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan, pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut Kepariwisataan.

Pendit (1999) menjelaskan tentang kepariwisataan. Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan pelabuhan (laut atau udara), jalan-jalan raya, pengangkutan setempat, program-program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya. Semuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalam lingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar. Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pembangunan proyek-proyek berbagai sektor bagi negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, di mana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan ditengah-tengah industri lainnya.

Munculnya produk barang dan jasa ini disebabkan oleh adanya aktivitas rekreasi yang dilakukan oleh wisatawan yang jauh dari tempat tinggalnya. Dalam hal ini mereka membutuhkan transportasi, akomodasi, catering, hiburan, dan pelayanan lainnya. Jadi produk industri pariwisata adalah keseluruhan pelayanan yang diterima oleh wisatawan mulai dari tempat tinggalnya (asal wisatawan) sampai daerah tujuan dan kembali lagi ke daerah asalnya.

Pariwisata dikatakan sebagai industri karena di dalamnya terdapat berbagai aktivitas yang bisa menghasilkan produk berupa barang dan jasa. Akan tetapi industri pariwisata tidak seperti pengertian industri pada umumnya, sehingga industri pariwisata dikatakan industri tanpa asap.

Wisatawan dan Jenis-Jenis Wisata

Wisatawan adalah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang didatanginya.

Samsul (1997) mengemukakan mengenai jenis-jenis wisata yaitu: (1) wisata rekreasi, yakni wisata yang dilakukan orang untuk memanfaatkan waktu libur di luar rumah. Kebanyakan wisata jenis ini dilakukan dengan menikmati keindahan alam; (2) wisata bahari, yakni wisata dengan obyek kawasan laut misalnya, menyelam, berselancar, berlayar, memancing; (3) wisata alam, yakni wisata dengan obyek alam. Obyek gunung yang tinggi, gua, sungai yang deras, tebing terjal. Pada umumnya peminat wisata ini adalah para remaja dan petualang; (4) wisata budaya, yakni wisata yang menawarkan obyek berupa tradisi dan budaya serta adat istiadat masyarakat yang unik; (5) wisata olahraga, yakni wisata yang dilakukan dengan tujuan pertandingan dan meningkatkan prestasi olahraga; (6) wisata bisnis, yakni perjalanan yang dilakukan untuk tujuan bisnis. Wisata jenis ini membutuhkan sarana penunjang bisnis yang baik; (7) wisata konvensi, yakni wisata yang dilakukan ke suatu negara untuk menghadiri suatu konvensi atau sidang; dan (8) wisata jenis lain, yakni keinginan dan ketertarikan masyarakat beranekaragam.

Perkembangan jenis wisata juga semakin banyak. Kini makin populer dengan apa yang disebut dengan wisata sejarah, arkeologi, berburu, safari, fotografi, bulan madu dan sebagainya. Menurut UN Convention Concerning Customs Facilities For Touring (1954), wisatawan adalah setiap orang yang datang di sebuah negara karena alasan yang sah kecuali untuk bermigrasi dan yang tinggal setidaknya 24 Jam dan selama-lamanya 6 Bulan dalam tahun yang sama. Dalam pengertian ini

wisatawan dibedakan berdasarkan waktu dan tujuan yang disebut wisatawan adalah orang-orang yang berkunjung setidaknya 24 dan yang datang berdasarkan motivasi Mengisi waktu senggang seperti bersenang, berlibur, untuk kesehatan, studi, keperluan agama, dan olahraga, serta bisnis, keluarga, peurtusan, dan pertemuan-pertemuan. Sedangkan ekskurisionis adalah pengunjung yang hanya tinggal sehari di negara yang dikunjungi tanpa bermalam. Pengertian ini paling banyak digunakan karena pembedanya tegas sehingga mudah dipahami antara pengunjung yang bisa disebut wisatawan, dan pengunjung yang hanya ekskurisionis saja.

Hal-hal yang Berhubungan dengan Pariwisata

Aman

Wisatawan akan senang berkunjung ke suatu tempat apabila merasa aman, tenteram, tidak takut, terlindungi dan bebas dari: (a) Tindak kejahatan, kekerasan, ancaman, seperti kecopetan, pemerasan, penodongan, penipuan dan lain sebagainya, (b) Terserang penyakit menular dan penyakit berbahaya lainnya, (c) Kecelakaan yang disebabkan oleh alat perlengkapan dan fasilitas yang kurang baik, seperti kendaraan, peralatan, untuk makan dan minum, lift, alat perlengkapan rekreasi atau olah raga, (d) Gangguan oleh masyarakat, antara lain berupa pemaksaan oleh pedagang asongan tangan jail, ucapan dan tindakan serta perilaku yang tidak bersahabat dan lain sebagainya.

Tertib

Kondisi yang tertib merupakan sesuatu yang sangat didambakan oleh setiap orang termasuk wisatawan. Kondisi tersebut tercermin dari suasana yang teratur, rapi dan lancar serta menunjukkan disiplin yang tinggi dalam semua segi kehidupan masyarakat, misalnya: (a) Lalu lintas tertib, teratur dan lancar, alat angkutan datang dan berangkat tepat pada waktunya, (b) Tidak nampak orang yang berdesakan atau berebutan untuk mendapatkan atau membeli sesuatu yang diperlukan, (c) Bangunan dan lingkungan ditata teratur dan rapi, (d) Pelayanan dilakukan secara baik dan tepat, (e) Informasi yang benar dan tidak membingungkan.

Bersih

Bersih merupakan suatu keadaan/kondisi lingkungan yang menampilkan suasana bebas dari kotoran, sampah, limbah, penyakit dan pencemaran. Wisatawan akan merasa betah dan nyaman bila berada di tempat-tempat yang bersih dan sehat seperti : (a) Lingkungan yang bersih baik di rumah sendiri maupun di tempat-tempat umum, seperti di hotel, restoran, angkutan umum, tempat rekreasi, tempat buangair kecil/besar dan lain sebagainya. Bersih dari sampah, kotoran, corat-corek dan lain sebagainya, (b) Sajian makanan dan minuman bersih dan sehat, (c) Penggunaan dan penyajian alat perlengkapan yang bersih seperti sendok, piring, tempat tidur, alat olah raga dan lain sebagainya, (d) Pakaian dan penampilan petugas bersih, rapi dan tidak mengeluarkan bau tidak sedap dan lain sebagainya.

Sejuk

Lingkungan yang serba hijau, segar, rapi memberi suasana atau keadaan sejuk, nyaman dan tenteram. Kesejukan yang dikehendaki tidak saja harus berada di luar ruangan atau bangunan, akan tetapi juga di dalam ruangan, misalnya ruangan kerja/belajar, ruangan makan, ruangan tidur dan lain sebagainya. Untuk itu hendaklah kita semua: (a) Turut serta aktif memelihara kelestarian lingkungan dan hasil penghijauan yang telah dilakukan masyarakat maupun pemerintah, (b) Berperan secara aktif untuk menganjurkan dan memelopori agar masyarakat setempat melaksanakan kegiatan penghijauan dan memelihara kebersihan, menanam berbagai tanaman di halaman rumah masing-masing baik untuk hiasan maupun tanaman yang bermanfaat bagi rumah tangga, melakukan penanaman poho/tanaman rindang di sepanjang jalan di lingkungan masing-masing di halaman sekolah dan lain sebagainya, (c)

Membentuk perkumpulan yang tujuannya memelihara kelestarian lingkungan, (d) Menghiasi ruang belajar/kerja, ruang tamu, ruang tidur dan tempat lainnya dengan aneka tanaman penghias atau penyejuk, (e) Mempraktikkan berbagai kegiatan dan upaya lain yang dapat membuat lingkungan hidup kita menjadi sejuk, bersih, segar dan nyaman.

Indah

Keadaan atau suasana yang menampilkan lingkungan yang menarik dan sedap dipandang disebut indah. Indah dapat dilihat dari berbagai segi, seperti dari segi tata warna, tata letak, tata ruang bentuk ataupun gaya dan gerak yang serasi dan selaras, sehingga memberi kesan yang enak dan cantik untuk dilihat. Indah yang selalu sejalan dengan bersih dan tertib serta tidak terpisahkan dari lingkungan hidup baik berupa ciptaan Tuhan Yang Maha Esa maupun hasil karya manusia. Karena itu kita wajib memelihara lingkungan hidup agar lestari dan dapat dinikmati oleh umat manusia.

Ramah Tamah

Ramah tamah merupakan suatu sikap dan perilaku seseorang yang menunjukkan keakraban, sopan, suka membantu, suka tersenyum dan menarik hati. Ramah tamah tidaklah berarti bahwa kita harus kehilangan kepribadian kita ataupun tidak tegas dalam menentukan sesuatu keputusan atau sikap. Ramah, merupakan watak dan budaya bangsa Indonesia pada umumnya, yang selalu menghormati tamunya dan dapat menjadi tuan rumah yang baik. Sikap ramah tamah ini merupakan satu daya tarik bagi wisatawan, oleh karena itu harus kita pelihara terus.

Kenangan

Kenangan adalah kesan yang melekat dengan kuat pada ingatan dan perasaan seseorang yang disebabkan oleh pengalaman yang diperolehnya. Kenangan dapat berupa yang indah dan menyenangkan, akan tetapi dapat pula yang tidak menyenangkan. Kenangan yang ingin diwujudkan dalam ingatan dan perasaan wisatawan dari pengalaman berpariwisata di Indonesia, dengan sendirinya adalah yang indah dan menyenangkan. Kenangan yang indah ini dapat pula diciptakan dengan antara lain: (a) Akomodasi yang nyaman, bersih dan sehat, pelayanan yang cepat, tepat dan ramah, suasana yang mencerminkan ciri khas daerah dalam bentuk dan gaya bangunan serta dekorasinya, (b) Atraksi seni budaya daerah yang khas dan mempesona baik itu berupa seni tari, seni suara dan berbagai macam upacara, (c) Makanan dan minuman khas daerah yang lezat, dengan penampilan dan penyajian yang menarik. Makanan dan minuman ini merupakan salah satu daya tarik yang kuat dan dapat dijadikan jati diri (identitas daerah), (d) Cenderamata yang mungil yang mencerminkan ciri-ciri khas daerah bermutu tinggi, mudah dibawa dan dengan harga yang terjangkau mempunyai arti tersendiri dan dijadikan bukti atau kenangan dari kunjungan seseorang ke suatu tempat/daerah/Negara.

Tujuan Pengembangan Pariwisata

Tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia terlihat dengan jelas dalam instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1969 khususnya bab II pasal 3 yang menyebutkan “Usaha-usaha pengembangan pariwisata di Indonesia bersifat suatu pengembangan industri pariwisata dan merupakan bagian dari usaha pengembangan dan pembangunan serta kesejahteraan masyarakat dan negeri” (Yoeti: 1994).

Berdasarkan instruksi presiden tersebut dikatakan bahwa tujuan pengembangan pariwisata di Indonesia adalah: (1) meningkatkan pendapatan devisa pada khususnya dan pendaptanegara dan masyarakat pada umumnya, perluasan kesempatan lapangan kerja, dan mendorong kegiatan-kegiatan industri penunjang dan industri-industri sampingan lainnya; (2) memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia; dan (3) meningkatkan persaudaraan/persahabatan nasional dan internasional.

Jadi, jelas terlihat bahwa industri pariwisata dikembangkan di Indonesia dalam rangka mendatangkan dan meningkatkan devisa negara (*state revenue*). Segala usaha yang berhubungan dengan kepariwisataan merupakan usaha yang bersifat komersial dengan tujuan utama mendapatkan devisa negara. Pengembangan kepariwisataan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia

Kebijakan Pariwisata

Kebijakan merupakan perencanaan jangka panjang yang mencakup tujuan pembangunan pariwisata dan cara atau prosedur pencapaian tujuan tersebut yang dibuat dalam pernyataan-pernyataan formal seperti hukum dan dokumen-dokumen resmi lainnya.

Kebijakan yang dibuat pemerintah harus sepenuhnya dijadikan panduan dan ditaati oleh para *stockholder*. Kebijakan-kebijakan yang dibuat dalam pariwisata adalah kebijakan yang berhubungan dengan pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesempatan kerja, dan hubungan politik terutama politik luar negeri bagi daerah tujuan wisata yang mengandalkan wisatawan mancanegara

Multivariat Statistika

Analisis multivariat mengandung teknik-teknik multivariat dan teknik-teknik multivariat. Istilah multivariat sebenarnya mengandung arti sebuah famili dari teknik-teknik. Karakteristik umumnya adalah menggunakan multiple variabel untuk variabel dependen atau independen dalam analisis. Di samping itu, setiap teknik dalam multivariate memiliki kekuatannya masing-masing dan aplikasinya yang unik.

Manova adalah teknik Anova menggunakan dua atau lebih variabel dependen metrik. Manova memeriksa perbedaan kelompok di seluruh variabel-variabel dependen secara simultan, sedangkan hipotesis nol pada Manova adalah vektor means pada multiple dependent variable adalah sama di seluruh kelompok. Di samping itu, Manova paling cocok jika dua atau lebih variabel dependen saling berkorelasi. Jika multiple dependen variabelnya tidak berkorelasi atau orthogonal, maka Anova pada setiap variabel dependen lebih tepat digunakan dibandingkan dengan Manova.

Gambaran obyektif dari Manova adalah: (1) multiple univariate research question, peneliti mengidentifikasi beberapa variabel dependen terpisah yang dianalisis secara terpisah, tetapi perlu kontrol terhadap experiment *wide error rate*; (2) *struktural multivariate research question*, peneliti memperoleh data dengan dua atau lebih variabel dependen yang mempunyai hubungan spesifik di antara keduanya. Jenis umum dari *structured question* adalah *repeated measure design*; dan (3) *intrinscally multivariate research question*, peneliti ingin mengetahui bagaimana satu set of dependent measures berbeda sebagai keseluruhan di antara kelompok-kelompok. Efektif kolektif dari beberapa variabel menjadi perhatian dan bukan efek individual.

Isu-isu desain riset dari Manova, misalnya: (1) ukuran sampel pada setiap sel harus lebih besar dari banyaknya variabel dependen dalam analisis; (2) perlakuan pada *factorial design* seharusnya dipilih berdasarkan research question; (3) periksa *interaction effect* sebelum *main effects* dengan variabel multiple independent.

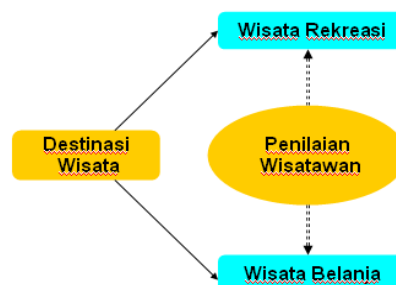
Peneliti perlu mempertimbangkan penggunaan sebuah kovariat, yaitu dengan: (1) penggunaan kovariat, untuk menghilangkan beberapa systematic error di luar kendali peneliti yang bisa menyebabkan hasilnya bias, atau bertanggung jawab terhadap perbedaan dalam respon-respon karena karakteristik yang unik dari respon; (2) mempunyai korelasi yang tinggi dengan variabel dependen, tetapi tidak dengan variabel independen; dan (3) mempunyai suatu etik regresi yang homogen terhadap variabel-variabel dependen.

Ada beberapa asumsi yang digunakan dalam Manova, yaitu: (1) variabel dependen harus mengikuti multivariate normal distribution; (2) matrik varian-kovarian harus sama untuk semua treatment group; (3) observasi-observasi harus bebas satu sama lain; (4) ukuran sampel yang besar bisa menggunakan sensitivitas dari pelanggaran asumsi; (5) variabel-variabel dependen harus berhubungan secara linier dan menunjukkan multikolinieritas yang rendah; dan (6) Manova lazimnya sensitif terhadap outliers dan dampaknya terhadap: Error, Estimasi, Interpretasi hasil dan validitas hasil.

METODE

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer dimana data diperoleh secara langsung dari responden. Pengambilan sample dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. Cara pengambilan sample diawali dengan melakukan pengelompokan berdasarkan unit penelitian yakni lokasi atau tempat wisata yang dikunjungi oleh responden. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran langsung mengenai apa yang dirasakan oleh responden. Dalam penelitian ini, sampel diambil di beberapa lokasi Mal (representasi wisata belanja) dan juga di Taman Impian Jaya Ancol serta TMII, dunia fantasi (Dufan), kebun binatang ragunan dan Monas (representasi wisata rekreasi).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan penyebaran kuisioner yang diberikan secara langsung kepada responden yang sedang melakukan kegiatan wisata. Penggunaan kuisioner dalam penelitian akan memudahkan peneliti mengumpulkan data mengenai tanggapan responden terhadap objek penelitian. Selain pengumpulan data primer melalui kuisioner, penelitian ini juga dilengkapi dengan data sekunder melalui studi pustaka (buku referensi, berbagai jurnal ilmiah dan juga berbagai majalah dan surat kabar) juga sumber pustakan lainnya seperti internet. Data hasil penelitian yang sudah valid dan reliable kemudian diolah dengan menggunakan multivariate statistic yakni metode MANOVA. Pemilihan metode statistik multivariat–Manova dalam penelitian ini karena dianggap paling sesuai guna mendapatkan hasil yang diinginkan oleh peneliti.



HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan alat bantu, software SPSS.16. Dalam uji sebelumnya, data ini sudah dinyatakan valid dan reliable, dengan demikian sudah memenuhi syarat untuk diproses lebih lanjut. Data dibagi dalam dua kelompok berdasarkan jenis wisata, yaitu: wisata rekreasi dan wisata belanja.

Tabel 1 Summary between subject

Between-Subjects Factors			
		Value Label	N
Kesan_Wisatawan	1	aman	120
	2	tertib	120
	3	bersih	120
	4	sejuk	120
	5	indah	120
	6	ramah tamah	120
	7	kenangan	120
Jns_wisata	1	Rekreasi	525
	2	Belanja	315

Tabel 1 menunjukkan dimensi-dimensi dari variabel Kesan Wisata yang terdiri dari tujuh (7) buah atribut. Jumlah responden adalah 120 yang terdiri dari 75 responden mewakili jenis wisata rekreasi dan 45 responden mewakili jenis wisata belanja.

Multivariate Test

Tabel 2 Estimasi model Manova dan penilaian overall fit

Multivariate Tests ^c						
Effect		Value	F	Hypothesis df	Error df	Sig.
Intercept	Pillai's Trace	.997	1.331E5 ^a	2.000	825.000	.000
	Wilks' Lambda	.003	1.331E5 ^a	2.000	825.000	.000
	Hotelling's Trace	322.574	1.331E5 ^a	2.000	825.000	.000
	Roy's Largest Root	322.574	1.331E5 ^a	2.000	825.000	.000
Kesan_Wisatawan	Pillai's Trace	.552	52.462	12.000	1.652E3	.000
	Wilks' Lambda	.462	64.861 ^a	12.000	1.650E3	.000
	Hotelling's Trace	1.137	78.046	12.000	1.648E3	.000
	Roy's Largest Root	1.110	1.528E2 ^b	6.000	826.000	.000
Jns_wisata	Pillai's Trace	.031	12.985 ^a	2.000	825.000	.000
	Wilks' Lambda	.969	12.985 ^a	2.000	825.000	.000
	Hotelling's Trace	.031	12.985 ^a	2.000	825.000	.000
	Roy's Largest Root	.031	12.985 ^a	2.000	825.000	.000
Kesan_Wisatawan * Jns_wisata	Pillai's Trace	.025	1.761	12.000	1.652E3	.050
	Wilks' Lambda	.975	1.762 ^a	12.000	1.650E3	.049
	Hotelling's Trace	.026	1.764	12.000	1.648E3	.049
	Roy's Largest Root	.020	2.818 ^b	6.000	826.000	.010

a. Exact statistic

b. The statistic is an upper bound on F that yields a lower bound on the significance level.

c. Design: Intercept + Kesan_Wisatawan + Jns_wisata + Kesan_Wisatawan * Jns_wisata

Berdasarkan test yang dilakukan baik dengan menggunakan Pillai's Trace, Wilk's Lambda, Hotelling's Trace dan Roy's Largest Root, diperoleh nilai tingkat signifikansi masing-masing, yakni: 0.05, 0.049, 0.049 dan 0.010. Hal itu menunjukkan bahwa tingkat interaksi antara variabel Wisata Belanja dan Wisata Rekreasi adalah signifikan.

Pada variabel Kesan Wisata, nilai Sig = 0.000, ini menjukukan tingkat hubungan yang sangat kuat antara kesan yang diperoleh dari wisatawan dengan destinasi wisata yang dipilih. Hal yang sama juga berlaku dengan variabel jenis wisata.

Levene's Test of Equality of Error Variance

	F	df1	df2	Sig.
Predicted Value for Jwb_respon		13	826	
Predicted Value for Indikator		13	826	
Predicted Value for Jwb_respon		13	826	
Predicted Value for Indikator		13	826	
Predicted Value for Jns_wisata	6.314	13	826	.000
Predicted Value for Indikator	12.440	13	826	.000

Tests the null hypothesis that the error variance of the dependent variable is equal across groups.

a. Design: Intercept + Kesan_Wisatawan + Jns_wisata + Kesan_Wisatawan * Jns_wisata

Berdasarkan nilai F pada Levene's test (12.440) dan dibandingkan dengan tingkat signifikansi (0.000), maka dapat pula disimpulkan bahwa "tidak ada perbedaan yang signifikan pada kedua kelompok destinasi wisata yang diuji terhadap kesan-kesan yang berkenaan dengan kegiatan wisata yang dilakukan.

Test of Between Subject Effect

Source	Dependent Variable	Type III Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Corrected Model	Predicted Value for Jwb_respon	.694 ^a	13	.053		
	Predicted Value for Indikator	.000 ^b	13	.000		
	Predicted Value for Jwb_respon	16.874 ^a	13	1.298		
	Predicted Value for Jwb_respon	.694 ^a	13	.053		
	Predicted Value for Indikator	.000 ^b	13	.000		
	Predicted Value for Jns_wisata	.397 ^c	13	.031	4.707	.000
	Predicted Value for Indikator	558.659 ^d	13	42.974	73.892	.000
Intercept	Predicted Value for Jwb_respon	11359.153	1	11359.153		
	Predicted Value for Indikator	12600.000	1	12600.000		
	Predicted Value for Jwb_respon	11359.153	1	11359.153		
	Predicted Value for Jwb_respon	11359.153	1	11359.153		
	Predicted Value for Indikator	12600.000	1	12600.000		
	Predicted Value for Jns_wisata	1496.801	1	1496.801	2.305E5	.000
	Predicted Value for Indikator	12572.881	1	12572.881	2.162E4	.000
Kesan_Wisatawan	Predicted Value for Jwb_respon	.000	6	.000		
	Predicted Value for Indikator	.000	6	.000		
	Predicted Value for Jwb_respon	12.428	6	2.071		
	Predicted Value for Jwb_respon	.000	6	.000		
	Predicted Value for Indikator	.000	6	.000		
	Predicted Value for Jns_wisata	.144	6	.024	3.692	.001
	Predicted Value for Indikator	530.837	6	88.473	152.126	.000
Jns_wisata	Predicted Value for Jwb_respon	.694	1	.694		
	Predicted Value for Indikator	.000	1	.000		
	Predicted Value for Jwb_respon	.694	1	.694		

	Predicted Value for Jwb_respon	.694	1	.694	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	1	.000	.	.
	Predicted Value for Jns_wisata	.169	1	.169	25.966	.000
	Predicted Value for Indikator	.234	1	.234	.402	.526
Kesan_Wisatawan * Jns_wisata	Predicted Value for Jwb_respon	.000	6	.000	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	6	.000	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	2.783	6	.464	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	.000	6	.000	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	6	.000	.	.
	Predicted Value for Jns_wisata	.099	6	.016	2.531	.020
	Predicted Value for Indikator	3.111	6	.519	.892	.500
Error	Predicted Value for Jwb_respon	.000	826	.000	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	826	.000	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	.000	826	.000	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	.000	826	.000	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	826	.000	.	.
	Predicted Value for Jns_wisata	5.365	826	.006	.	.
	Predicted Value for Indikator	480.382	826	.582	.	.
Total	Predicted Value for Jwb_respon	12164.518	840	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	13440.000	840	.	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	12180.698	840	.	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	12164.518	840	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	13440.000	840	.	.	.
	Predicted Value for Jns_wisata	1593.887	840	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	14479.042	840	.	.	.
Corrected Total	Predicted Value for Jwb_respon	.694	839	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	839	.	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	16.874	839	.	.	.
	Predicted Value for Jwb_respon	.694	839	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	.000	839	.	.	.
	Predicted Value for Jns_wisata	5.762	839	.	.	.
	Predicted Value for Indikator	1039.042	839	.	.	.

a. R Squared = 1.000 (Adjusted R Squared = 1.000)

b. R Squared = . (Adjusted R Squared = .)

c. R Squared = .069 (Adjusted R Squared = .054)

d. R Squared = .538 (Adjusted R Squared = .530)

PENUTUP

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisa data dengan menggunakan metode Manova, maka dapat disimpulkan: (1) jenis wisata yang paling banyak diminati masyarakat DKI Jakarta dan sekitarnya adalah wisata jenis rekreasi dan wisata belanja; (2) berdasarkan hasil analisa Manova, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan antara wisatawan yang melakukan kunjungan atau berwisata "belanja" dengan yang melakukan wisata rekreasi; (3) terdapat konsistensi penilai responden terhadap indikator penilaian yang mewakili variabel kesan wisatawan dari kedua kelompok yang memilih wisata belanja dan wisata rekreasi. Kesan keseluruhan yang menilai bahwa perlu dilakukan pembenahan pada sektor infrastruktur yang mendukung kompetensi dari kedua destinasi wisata. Hal ini konsisten dengan hasil analisa Manova yang menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan terhadap kedua jenis anggota kelompok.

Rekomendasi

Penelitian ini sangat penting untuk memberikan masukan kepada pengelola pariwisata dalam hal ini adalah pengelola Mall dan pusat belanja lainnya serta pengelola kawasan wisata rekreasi seperti Dufan, Taman Impian Jaya Ancol, TMII, Kebun Binatang Ragunan dan Monas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan sangat memperhatikan dimensi-dimensi yang memberi kesan selama kegiatan wisata dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Pendit, N.1999. Wisata konvensi: Potensi gede bisnis besar. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Samsul, R. D. (1997). Peluang pariwisata mutiara sumber widya, benih kecerdasan. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Soetomo, A. (1994). *Pendidikan kepariwisataan*. Solo: Aneka.
- Yoeti, O.. A (1994). Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung : Angkasa.
- Yoeti, O. A. (1996). Ekonomi pariwisata: Introduksi, informasi dan implementasi. Jakarta: Kompas.