

PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP SARANA WISATA DI KAWASAN WISATA ALAM ERUPSI MERAPI

Roby Dwiputra

Badan Perencanaan dan Pembangunan Nasional (Bappenas)
Jalan Taman Suropati No. 2 Jakarta
Email: roby.dwiputra@gmail.com

Abstrak

Kegiatan pariwisata di kawasan Gunung Merapi harus dapat beradaptasi terhadap semua tuntutan perubahan dengan selalu mendengarkan pendapat dari berbagai pihak khususnya wisatawan yang memiliki preferensi berbeda dalam melakukan perjalanan wisata. Pariwisata berhubungan erat dengan perjalanan wisata, yaitu perubahan tempat tinggal sementara seseorang di luar tempat tinggalnya. Kebutuhan wisatawan, orang yang melakukan perjalanan, akan mempengaruhi pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata tertentu. Sarana wisata merupakan salah satu unsur penting pembentuk produk wisata yang berperan untuk menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam perjalanan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan terhadap sarana wisata kawasan gunung merapi. Metode analisis dalam studi ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif dan metode analisis tabulasi silang dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Pengumpulan data menggunakan metode accidental sampling dengan penyebaran 95 kuesioner kepada wisatawan. Hasil studi ini menunjukkan bahwa preferensi wisatawan dalam memilih sarana wisata dipengaruhi oleh tujuan wisatawan berwisata, lama wisatawan berwisata, dan teman wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

Kata Kunci: merapi, pariwisata, preferensi, sarana wisata, wisatawan

Abstract

Tourism activities in the area of Mount Merapi must be able to adapt to all the changes with always listening to the opinions of various parties, especially tourists who have different preferences in leisure traveler. Tourism closely linked to tour, that changes a person's temporary residence in the outside residence. Needs of tourists, people who travel, will influence the development of tourism facilities in certain destinations. Tourism facilities is one important element of the tourism product forming role is to support the ease and convenience of tourists in the tour. This research aims to identify the preferences of travelers to tourist facilities volcano region. The method of analysis in this study is a quantitative descriptive analysis and cross tabulation analysis methods using SPSS software. Collecting data using accidental sampling method with a spread of 95 questionnaires to tourists. The results of this study indicate that the travelers preference in choosing tourism facilities are affected by the tourist destination traveled, traveled long travelers, tourists and friends to travel.

Keywords: Merapi, tourism, preferences, tourist facilities, tourist

1. Pendahuluan

Gunung Merapi merupakan gunung yang paling aktif di dunia. Hampir setiap tahun terjadi letusan dengan membentuk kubah lava baru. Oleh karenanya gunung ini mendapat sebutan sebagai *The Most Active Volcano In The World* (Suyanto, 2001). Oleh *The International Decade Natural Disaster Reduction*, gunung ini disebut sebagai *The Decade Volcano of the World* pada tahun 1994, sama dengan sebutan untuk

Gunung Etna di Sicilia, Italia. Di samping itu tipe erupsi yang khas, dengan luncuran lava panas yang kemudian membentuk wedus gembel merupakan satu-satunya tipe erupsi gunung berapi di dunia. Oleh karenanya Gunung Merapi mempunyai sebutan erupsi tipe Merapi atau *Merapi Type Eruption*. Gunung Merapi mempunyai pengaruh besar dalam kehidupan manusia, walaupun seringkali menimbulkan bencana, namun dalam kegiatannya juga memperlihatkan keindahan

alam yang luar biasa. Bila sedang tidak aktif menciptakan landscape image supranatural dan bila sedang terjadi erupsi merupakan *Merapi Type Eruption* yang sangat indah di waktu malam menambah atraksi wisata pada malam hari di Yogyakarta.

Kegiatan pariwisata di kawasan gunung merapi ini harus mampu beradaptasi terhadap semua tuntutan perubahan dengan selalu mendengar suara dari berbagai pihak yang berkepentingan khususnya wisatawan yang memiliki preferensi yang berbeda dalam memilih objek-objek wisata yang akan dikunjungi. Preferensi wisatawan timbul dari keberagaman fasilitas dan kegiatan wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan saat melakukan perjalanan wisata. Preferensi wisatawan menjadi dasar dalam memperhitungkan keinginan dan kebutuhan akan pelayanan fasilitas wisata yang akan diterima.

Adanya kebutuhan untuk mengembangkan pariwisata di kawasan gunung merapi, wisatawan menjadi salah satu aspek penting yang perlu menjadi pertimbangan dalam pengembangan pariwisata. Untuk itu perlu diperhatikan preferensi wisatawan agar cara pengembangan kawasan pariwisata yang sesuai dengan keinginan wisatawan diketahui secara tepat.

Sarana wisata merupakan salah satu unsur penting pembentuk produk wisata yang berperan untuk menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan dalam perjalanan wisata. Untuk itu persepsi dan preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di wisata alam erupsi merapi perlu diketahui sebagai masukan untuk masyarakat setempat agar dapat menangkap peluang usaha pariwisata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di

kawasan wisata alam erupsi merapi. Tujuan ini dapat diturunkan pada sasaran-sasaran penelitian sebagai berikut:

1. Identifikasi karakteristik wisatawan di kawasan wisata alam erupsi merapi
2. Identifikasi preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi merapi

Penelitian ini terdiri dari lima bagian utama. Bagian pertama membahas latar belakang dan tujuan penelitian. Bagian kedua membahas tinjauan literature terkait pariwisata di kawasan gunung berapi, wisatawan, sarana wisata, dan persepsi dan preferensi. Bagian ketiga membahas metodologi penelitian. Bagian keempat berisi analisis preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi merapi. Bagian terakhir berisi kesimpulan.

2. Tinjauan Literature

2.1 Pariwisata di Kawasan Gunung Berapi

Pariwisata sebagai segala kegiatan dalam masyarakat yang berkaitan dengan wisatawan (Soekadijo, 2000). Pariwisata adalah sebuah perjalanan sementara yang dilakukan orang pada suatu tujuan tertentu, dalam jangka pendek, pada tempat yang bukan merupakan tempat yang biasa dikunjunginya (tempat tinggal maupun tempat kerja), dan melakukan kegiatan-kegiatan pada tempat tersebut di mana terdapat beberapa fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhannya, termasuk di dalamnya kunjungan sehari dan darmawisata (Mathieson & Wall, 1982). Pariwisata sebagai kegiatan yang mencakup orang-orang yang melakukan perjalanan pergi dari rumahnya, dan perusahaan-perusahaan yang melayani mereka dengan cara memperlancar atau mempermudah perjalanan mereka atau membuatnya lebih

menyenangkan, dengan maksud melakukan perjalanan tersebut bukan untuk usaha melainkan bersantai (Kusmayadi dan Sugiarto, 2000).

Pariwisata gunung berapi melibatkan eksplorasi dan studi dari bentang alam, vulkanik aktif, dan panas bumi. Pariwisata gunung berapi juga mencakup kunjungan ke daerah terbelah yang hampir punah dimana sisa-sisa vulkanik menarik aktifitas pengunjung yang untuk melihat dan memahami catatan sejarah maupun warisan geologi yang terdapat di gunung berapi tersebut.

Gunung berapi digambarkan sebagai contoh perubahan alami yang spektakuler dan mengagumkan (Simkin dkk, 1981). Gunung berapi juga disebut sebagai kepunyaan alam yang paling menarik dan 'mematikan' dengan ketidakpastian semburan aktifitasnya yang terlihat menakutkan (Bourseilier dan Durieux, 2002). Letusan gunung berapi merupakan sektor penting dari *geotourism*, yang mencakup geodiversity dan warisan geologi berupa fitur lanskap yang unik (Dowling dan Newsome, 2006), khususnya dalam atraksi dari gunung berapi aktif dan panas bumi, serta tidak jarang beberapa wisatawan mencari petualangan lebih dimana mereka merencanakan perjalanan di sekitar gunung berapi aktif.

Model pengembangan kepariwisataan pasca bencana erupsi Gunung Merapi sendiri adalah melalui pengembangan wisata *vulcano tracking* di sekitar lereng Gunung Merapi. Wisata jenis ini merupakan tujuan wisata yang cukup berkembang di kawasan Gunung Merapi. Untuk itu perlu disiapkan segala sarana dan prasarana yang menunjang model wisata ini. Perlu dilatih masyarakat lokal menjadi pemandu wisata *vulcano tracking*. Model wisata *vulcano tracking* ini sangat berpotensi untuk menjadi daya tarik baru untuk mendatangkan wisatawan

minat khusus sekaligus sebagai upaya perintis untuk memulihkan pariwisata pasca bencana erupsi Merapi.

Model pengembangan wisata lain dapat juga diterapkan yaitu model paket *outbond* sebagai paket wisata berbasis edukasi. Model pengembangan pariwisata lain dapat dilakukan melalui wisata lava atau lava tour. Potensi wisata ini sangat besar karena lava yang dihasilkan oleh erupsi Merapi sangat besar dan luas. Wisata tipe ini dapat diikuti ketika status Merapi dinyatakan aman.

2.2 Wisatawan

Dalam UU No.9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata. Berdasarkan asalnya, wisatawan dibagi menjadi dua (Yoeti, 1991), yaitu wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman). Wisatawan nusantara adalah orang yang berdiam dan bertempat tinggal pada suatu negara dan melakukan perjalanan wisata di negara dimana dia tinggal, sedangkan wisatawan mancanegara adalah orang yang melakukan perjalanan wisata yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan negara dimana dia tinggal.

Motivasi Wisatawan

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan *trigger* dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpley, 1994). Analisis mengenai motivasi semakin penting jika dikaitkan dengan pariwisata dimana perilaku manusia dipengaruhi oleh berbagai motivasi.

Pada dasarnya perjalanan wisata dimotivasi oleh beberapa hal yang mendorong perjalanan,

motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985 dalam Pitana, 2005) sebagai berikut:

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai, dan sebagainya.
2. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya (monumen bersejarah)
3. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan, dan sebagainya.
4. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enhancement* yang memberikan kepuasan psikologis.

Pola Perjalanan Wisatawan

Pola dasar dari perjalanan pariwisata termasuk dalam kriteria definisi orang yang melakukan perjalanan (*traveller*) dalam hubungannya dengan industri perjalanan wisata, yaitu:

1. Jarak

Masalah yang timbul adalah untuk menentukan perjalanan itu perjalanan lokal atau perjalanan pariwisata. Maka diambil keputusan bahwa perjalanan pariwisata adalah dari rumah tinggal yang berlokasi 150 km dari tempat wisata (Hadinoto, 1996). Bagi kepariwisataan jarak ini berarti adanya lingkungan yang berbeda dari lingkungan dimana wisatawan biasanya sehari-hari berada. Maka sering disebut *away from home*.

2. Tempat tinggal asal

Tempat tinggal asal ini penting untuk menentukan pasar wisata. Dari pola ini dapat diketahui apakah ia penduduk Indonesia (asing atau WNI) atau penduduk negara lain, dan negara mana. Maka penting untuk mengetahui tempat negara asal, nasionalitas, atau golongan penduduk mana.

3. Maksud kunjungan

Maksud kunjungan digunakan untuk membedakan jenis perjalanan. Maksud tujuan ini dibedakan dalam beberapa golongan, yaitu: berlibur, belajar, bertemu keluarga, olahraga, dan lain-lain.

4. Moda perjalanan

Moda transportasi sering dijadikan dasar pula untuk perencanaan. Moda ini dibedakan antara udara, darat, dan laut. Rute perjalanan ke tempat wisata perlu diketahui juga, untuk menentukan cara menyiapkan tempat wisata dalam hal pengadaan gateway, atau untuk memudahkan pemasaran.

2.3 Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Warpani, 2006). Pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Lebih dari itu selera pasar pun dapat menentukan tuntutan sarana yang dimaksud. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya. Tidak semua objek wisata memerlukan sarana yang sama atau lengkap. Pengadaan sarana wisata tersebut harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

Akomodasi

Daerah tujuan wisata dapat dipandang sebagai titik peralihan kedatangan wisatawan menuju lokasi objek wisata. Dengan kata lain, daerah tujuan wisata dengan akomodasinya adalah simpul penghimpun wisatawan untuk menuju objek dan/atau melanjutkan perjalanan menuju tujuan lain. Di daerah tujuan wisata tersebut, sebelum wisatawan melanjutkan perjalanannya menuju objek wisata, diperlukan sarana yang untuk sementara dapat menampung wisatawan berupa hotel atau penginapan.

Tempat Makan

Hampir seluruh hotel menyediakan satu atau beberapa rumah makan dengan tampilan dan sajian khas, dengan karakter kebangsaan tertentu dan gaya masing-masing, atau sekurang-kurangnya kedai kopi tempat makan pagi yang disediakan oleh hotel. Meskipun demikian banyak tamu hotel memilih mencari makanan khas daerah di luar hotel. Selain lebih murah dan menawarkan suasana khas daerah, makan di luar hotel membuka peluang interaksi sosial dengan masyarakat setempat.

Tempat Belanja

Berbelanja adalah kegiatan yang tidak dapat dipisahkan dari perjalanan pariwisata, bahkan merupakan salah satu jenis pariwisata yang cukup besar artinya bagi suatu daerah tujuan wisata. Belanja tidak semata-mata hanya melayani wisatawan yang sengaja meniatkan diri untuk berbelanja, tetapi juga belanja harus dapat melayani semua wisatawan dan juga masyarakat pada umumnya. Persebaran pusat perbelanjaan, akomodasi, dan jaringan pelayanan angkutan harus menjadi bahan perhitungan dalam menata ruang wilayah sedemikian rupa sehingga wisatawan merasa menjadi bagian dari tujuan, bukan sekedar sebagai pengunjung.

2.4 Persepsi dan Preferensi

Persepsi adalah penginderaan terhadap kesanyang timbul dari lingkungannya (Effendy, 1984). Daya persepsi seseorang dapat diperkuat oleh adanya pengetahuan dan pengalaman. Semakin sering seseorang menempatkan diri dalam komunikasi, akan semakin kuat daya persepinya. Secara umum persepsi seseorang dipengaruhi oleh tiga faktor (Siagian, 1989) yaitu, (1) diri orang yang bersangkutan (sikap, motivasi, kepentingan, pengalamandan harapan); (2) sasaran persepsi (orang, benda atau peristiwa); (3) situasi (keadaan lingkungan).

Preferensi adalah kecenderungan untuk memilih sesuatu yang lebih disukai daripada yang lain. Preferensi merupakan bagian dari komponen pembuatan keputusan dari seorang individu (Porteus, 1977). Secara lengkap komponen-komponen tersebut adalah: persepsi, sikap, nilai, kecenderungan. Komponen tersebut saling mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan.

Studi perilaku individu dapat digunakan oleh ahli lingkungan dan para desainer untuk menilai keinginan pengguna (*user*) terhadap suatu objek yang akan direncanakan (Porteus, 1977). Dengan melihat preferensi dapat memberikan masukan bagi bentuk partisipasi dalam proses perencanaan.

3. Metode Penelitian

Survei primer yang dilakukan adalah observasi langsung ke lapangan dengan menggunakan kuesioner kepada wisatawan. Metode ini digunakan untuk mendapatkan informasi secara langsung tentang preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi merapi.

Penghitungan jumlah responden sebagai sampel dari populasi pada penelitian ini ditetapkan dengan menggunakan kriteria penentuan jumlah sampel dengan rumus jumlah sampel untuk populasi kecil (Rea dan Parker, 1997 dan Eriyanto, 2007), yaitu:

$$n = \frac{Z^2(P(1 - P))N}{Z^2(P(1 - P)) + (N - 1)E^2}$$

Data pengunjung yang terdata oleh pengelola kawasan wisata alam erupsi merapi yaitu pada bulan Januari - November 2011 adalah 160.580 wisatawan. Dengan menggunakan data yang ada kemudian diambil rata-rata per minggu sebesar 3345,417 ~ 3346 wisatawan, dianggap sebagai populasi yang digunakan untuk menghitung sampel. Pertimbangan dalam menentukan besar sampel adalah pertimbangan yang menyangkut jumlah minimum sampel yang masih menjamin representativitasnya terhadap populasi. Dari penghitungan jumlah responden sebagai sampel dengan menggunakan rumus di atas didapat angka sebesar 93,39 kemudian digenapkan menjadi 95 wisatawan untuk menjadi sampel pada penelitian ini. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode accidental sampling, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel.

Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode deskriptif dengan teknik penelitian survey terhadap sisi ketersediaan sarana wisata dan kebutuhan wisatawan. Metode penelitian deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2011). Sedangkan teknik penelitian survey dilakukan dengan cara mencari keterangan-keterangan

secara faktual. Hasil akhir yang akan dicapai dari studi ini adalah gambaran preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi merapi secara kuantitatif.

Analisis yang dilakukan adalah analisis deskriptif kuantitatif dan analisis tabulasi silang. Analisis deskriptif kuantitatif dilakukan dengan meng-klasifikasikan suatu data variabel berdasarkan kelompoknya masing-masing dari semula belum teratur dan mudah diinterpretasikan maksudnya oleh orang yang membutuhkan informasi tentang keadaan variabel tersebut. Analisis tabulasi silang dilakukan dengan mentabulasi silangkan variabel-variabel preferensi wisatawan dengan karakteristik wisatawan. Hasil dari tabulasi silang tersebut diharapkan dapat memberikan karakteristik yang spesifik mengenai preferensi wisatawan terhadap sarana wisata di kawasan wisata alam erupsi merapi.

4. Analisis

Hasil kuesioner menunjukkan responden yang berkunjung ke Wisata Alam Erupsi Merapi memiliki karakteristik yang beragam. Data karakteristik wisatawan dapat dilihat pada **Tabel 1**. Dalam analisis karakteristik sosio-demografis ini akan dibahas mengenai karakteristik wisatawan dari keragaman jenis wisatawan yang terdiri atas wisatawan lokal dan asing, jenis kelamin, kelompok usia, latar belakang pendidikan, daerah asal berdasarkan provinsi, status perkawinan, siklus dalam berkeluarga, pekerjaan, serta pendapatan wisatawan setiap bulannya.

Tabel 1. Karakteristik Sosio-Demografis Wisatawan.

No	Identitas Responden		Persentase
1	Jenis Wisatawan	Wisatawan nusantara	94.74%
		Wisatawan mancanegara	5.26%
2	Jenis Kelamin	Laki-laki	51.58%
		Perempuan	48.42%
3	Kelompok Usia	< 5 tahun	0.00%
		5-11 tahun	0.00%
		12-17 tahun	26.32%
		18-40 tahun	50.53%
		41-65 tahun	21.05%
	> 65 tahun	2.11%	
4	Latar Belakang Pendidikan	Tidak tamat SD	0.00%
		SD	6.32%
		SMP	15.79%
5	Latar Belakang Pendidikan	SMA	42.11%
		Diploma	6.32%
		Sarjana	23.16%
		Magister	5.26%
		Doktor	1.05%
6	Daerah Asal	DI Yogyakarta	33.68%
		Jawa Tengah	33.68%
		Jawa Timur	2.11%
		DKI Jakarta	10.53%
		Banten	2.11%
		Jawa Barat	7.37%
		Luar Jawa	5.26%
		Luar Indonesia	5.26%
7	Status Perkawinan	Belum menikah	65.26%
		Menikah	33.68%
		Bercerai	0.00%
		Duda/janda	1.05%
8	Siklus Keluarga	Kanak-kanak	0.00%
		Remaja	61.05%
		Pasangan baru	4.21%
		Pasangan dengan balita	5.26%
		Pasangan dengan anak-anak	6.32%
		Pasangan dengan anak remaja	11.58%
		Setengah baya	8.42%
Lansia	3.16%		
9	Pekerjaan	Pegawai negeri/ABRI	8.42%
		Pegawai swasta/BUMN	13.68%
		Pensiunan	2.11%
		Pengusaha/ wiraswasta	15.79%
		Mahasiswa/ pelajar	49.47%
		Lainnya	10.53%
10	Pendapatan /bulan	< 700 ribu	53.68%
		700 ribu – 1,5 juta	11.58%
		1,5 juta – 2,5 juta	13.68%
		2,5 juta – 4 juta	14.74%
		> 4 juta	6.32%

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Responden wisatawan di wisata alam erupsi merapi terdiri dari 94,74% wisatawan nusantara dan 5,26% wisatawan mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa obyek wisata ini adalah tempat wisata yang lebih banyak dikunjungi oleh wisatawan nusantara, sementara itu obyek wisata ini juga cukup menarik wisatawan

mancanegara untuk berkunjung, oleh karena itu perlu diperhatikan beberapa hal seperti papan penunjuk dan informasi dengan menggunakan bahasa internasional agar dapat dipahami oleh wisatawan mancanegara.

Untuk jenis kelamin, jumlah pengunjung laki-laki dan perempuan relatif merata, yaitu 51,58% laki-laki dan 48,42% perempuan. Meskipun hasil survey mendapatkan wisatawan dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak namun hal itu tidak terlalu signifikan sehingga tidak dapat dikatakan wisata alam erupsi merapi merupakan obyek wisata yang lebih banyak diminati oleh laki-laki. Hal ini juga menunjukkan bahwa wisata alam erupsi merapi merupakan obyek wisata yang dapat dinikmati oleh laki-laki maupun perempuan, sehingga dalam pengembangannya perlu diperhatikan juga hal-hal yang dapat dilakukan oleh laki-laki maupun perempuan.

Kelompok usia pengunjung pada kelompok 18-40 tahun lebih banyak dibandingkan dengan kelompok usia lainnya. Pada kelompok usia ini diperkirakan orang lebih suka melakukan perjalanan. Kemudian disusul oleh kelompok usia 12-17. Hal ini dikarenakan pada kelompok usia tersebut dapat diasumsikan orang lebih suka mencari pengalaman yang baru dengan mendatangi tempat yang menarik. Karena wisata alam erupsi merapi ini lebih banyak didatangi oleh kelompok usia muda maka perlu diperhatikan juga fasilitas-fasilitas penunjang yang disukai oleh kelompok usia tersebut.

Menurut latar belakang pendidikan, tingkat pendidikan SMA relatif cukup banyak sebesar 42,11% dari responden wisatawan dan disusul oleh tingkat pendidikan Sarjana sebesar 23,16%. Hal ini dapat menjadi salah satu faktor terhadap permintaan dimana tingkat pendidikan akan mempengaruhi pada aktivitas kegiatan, pelayanan, dan kualitas fasilitas di obyek wisata. Untuk wisatawan dengan latar belakang

pendidikan SMP sebesar 15,79%, sedangkan Diploma dan SD sama sebesar 6,32%.

Daerah asal wisatawan di wisata alam erupsi merapi ini banyak berasal dari DI Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan proporsi seimbang 33,68%. Hal ini dapat dikarenakan aksesibilitas menuju tempat wisata yang mudah ditempuh dari dua daerah tersebut dan jarak yang relatif dekat jika dibandingkan dengan daerah asal selain dari dua daerah tersebut Daerah yang berasal dari DI Yogyakarta adalah Yogyakarta, Sleman, Bantul, dan Kulonprogo. Sedangkan yang berasal dari Jawa Tengah adalah Solo, Klaten, Pati, Tegal, Temanggung, Semarang, Purworejo, Pekalongan, Wonosobo, Sragen, Batang, dan Magelang. Selain dari DI Yogyakarta dan Jawa Tengah, wisatawan juga ada yang berasal dari Jakarta, Surabaya, Pacitan, Tangerang, Bandung, Bekasi, Kuningan, Bali, Samarinda, Sulawesi, dan juga luar Indonesia.

Dilihat dari status perkawinan, tempat wisata ini lebih banyak didatangi oleh wisatawan yang belum menikah dengan persentase sebesar 65,26% dimana pengunjung banyak yang datang bersama teman-teman, dan disisi lain kegiatan wisata di tempat wisata alam erupsi merapi ini dapat diikuti oleh semua orang. Kemudian ada juga wisatawan yang sudah menikah dengan persentase sebesar 33,68%, pengunjung yang telah menikah bisa jadi datang bersama keluarga.

Dalam siklus keluarga masa remaja sebanyak 61,05% adalah yang paling banyak berkunjung di tempat wisata ini. Hal ini menunjukkan bahwa wisata alam erupsi merapi merupakan tempat wisata yang banyak diminati oleh para remaja mengingat untuk mencapai tempat (Alm) Mbah Maridjan selain menggunakan ojeg wisata adalah dengan berjalan kaki kurang lebih 1,5 Km dengan jalanan menanjak. Selain

itu saat remaja adalah saat dimana orang lebih suka mencari pengalaman baru dan berlibur bersama teman-teman mereka.

Setengah dari total responden wisatawan/pengunjung wisata alam erupsi merapi adalah mahasiswa/pelajar. Fakta ini berkorelasi dengan analisis sebelumnya yang menyebutkan bahwa wisatawan yang datang ke obyek wisata ini mayoritas adalah orang yang suka mencari pengalaman baru, yaitu mahasiswa dan pelajar. Mahasiswa dan pelajar ini juga banyak berdatangan bersama teman mahasiswa/ pelajar lainnya. Disebutkan kembali bahwa dalam pengembangan wisata alam erupsi merapi ini harus memperhatikan obyek-obyek yang diminati dan menarik bagi anak muda lebih khususnya lagi untuk mahasiswa dan pelajar.

Pendapatan per bulan wisatawan lebih dari setengah total responden adalah kurang dari Rp700.000,00. Hal ini disebabkan wisatawan yang datang sebagiannya adalah mahasiswa/pelajar yang masih belum memiliki penghasilan. Oleh karena itu paket-paket yang diberikan dan disediakan oleh obyek wisata ini ada baiknya memperhatikan keuangan wisatawan dengan menetapkan harga yang cukup terjangkau oleh mahasiswa / pelajar. Begitu pula halnya dengan tempat membeli oleh-oleh dan cinderamata.

Hasil survey menunjukkan bahwa lebih dari setengah total responden yang berwisata ke wisata alam erupsi merapi adalah untuk berlibur. Dalam analisis sebelumnya didapatkan bahwa mayoritas wisatawan adalah mahasiswa dan pelajar, hal ini cukup berkorelasi dimana banyak mahasiswa dan pelajar yang berlibur ke tempat wisata ini di sela-sela kesibukan akademik. Selain itu tujuan wisata berikutnya yang cukup banyak adalah untuk belajar atau penelitian, hal ini dapat juga dikaitkan dengan mahasiswa atau pelajar yang

berkunjung ke tempat wisata ini dalam rangka study tour sekolah.

Tabel 2. Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan.

No	Identitas Responden		Persentase
1	Tujuan Wisata	Berlibur	68,42%
		Belajar/ Penelitian	20,00%
		Bertemu keluarga/ rekan	2,11%
		Olahraga	1,05%
		Lainnya	8,42%
2	Motivasi Wisata	Keindahan alam	35,79%
		Kerusakan pasca erupsi	50,53%
		Keunikan budaya	1,05%
		Catatan sejarah	10,53%
		Lainnya	2,11%
3	Informasi Wisata	Kerabat/ rekan	43,16%
		Internet	8,42%
		Biro perjalanan wisata	6,32%
		Brosur/ Buku /Majalah / Leaflet	4,21%
		Radio/ Televisi	31,58%
		Pusat informasi pariwisata	6,32%
4	Cara Berwisata	Mandiri	78,95%
		Paket wisata	21,05%
5	Teman Wisata	Sendiri	1,05%
		Bersama keluarga	33,68%
		Bersama rekan/ kerabat	47,37%
		Bersama komunitas tertentu	17,89%
6	Lama Wisata	1 hari	87,37%
		2 hari	6,32%
		3 hari	1,05%
		4 hari	2,11%
		6 hari	2,11%
		8 hari	1,05%
7	Frekuensi Wisata (1 Tahun Terakhir)	Belum pernah	22,11%
		1 kali	49,47%
		2 kali	16,84%
		3 kali	7,37%
		Lebih dari 3 kali	4,21%
8	Kesediaan Kembali	Iya	88,42%
		Tidak	11,58%
9	Biaya/ hari	< 50 ribu	37,89%
		50 - 100 ribu	27,37%
		100 - 150 ribu	17,89%
		> 150 ribu	16,84%
10	Kendaraan Menuju DTW	Kendaraan pribadi	53,68%
		Kendaraan sewa	46,32%
		Tidak berkendaraan	0,00%

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Kerusakan pasca erupsi merupakan alasan terbanyak wisatawan datang berkunjung ke wisata alam erupsi merapi mengingat 1,5 tahun silam terjadi erupsi merapi dan di tempat wisata ini terdapat beberapa sisa kerusakan pasca erupsi. Kemudian alasan berikutnya adalah keindahan alam, di tempat wisata ini dapat terlihat keindahan alam gunung merapi yang

sudah kembali hijau dalam waktu sekitar satu tahun untuk memulihkan keindahan alam setelah terjadi erupsi tanpa benar-benar menghilangkan bekas kerusakan erupsi.

Informasi mengenai obyek wisata paling banyak didapat melalui kerabat/rekan sebesar 43,16% kemudian sumber informasi berikutnya adalah radio/televisi yang didapat melalui berita sebesar 31,58%, hal ini menunjukkan bahwa tempat wisata ini tidak perlu membuat iklan besar-besaran untuk menarik pengunjung karena berdasarkan survey didapatkan bahwa wisatawan paling banyak tahu tempat wisata ini dari teman-teman mereka sendiri dan juga dari berita yang ditayangkan di televisi maupun radio. Selain dari kerabat/rekan dan radio/televisi, informasi mengenai tempat wisata ini juga didapat dari internet, pusat informasi pariwisata, biro perjalanan wisatawan, dan juga dari brosur/majalah/buku/leaflet dan sejenisnya.

Wisatawan yang datang ke wisata alam erupsi merapi hampir seluruhnya melakukan perjalanan wisata secara mandiri yaitu sebesar 78,95% dari total responden. Mandiri yang dimaksud disini adalah tanpa menggunakan paket wisata. Wisatawan lebih memilih untuk melakukan perjalanan wisata secara bebas dan tidak diatur. Wisatawan yang menggunakan paket wisata ada sebesar 21,05% dari total responden wisatawan, meskipun persentase ini lebih kecil dari persentase pengunjung yang datang secara mandiri namun jumlah 21,05% bukanlah jumlah yang sangat sedikit sehingga obyek wisata alam erupsi merapi ini masih tetap harus memperhatikan kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan yang datang dengan menggunakan paket wisata.

Wisatawan hampir setengahnya datang bersama rekan/kerabat sebesar 47,37%. Mengingat wisatawan yang banyak datang adalah remaja

yang merupakan pelajar/mahasiswa, dimana mereka banyak datang bersama teman-teman mereka. Setelah itu untuk wisatawan yang datang bersama keluarga juga cukup banyak melebihi seperempat dari total responden wisatawan yaitu sebesar 33,68%, dapat diasumsikan bahwa wisatawan yang datang bersama keluarga adalah bersama suami atau istri mereka.

Hampir seluruh wisatawan wisata alam erupsi merapi datang selama 1 hari, tidak terlalu banyak wisatawan yang datang lebih dari 1 hari. Hal ini menunjukkan bahwa tempat wisata ini tidak terlalu membutuhkan pengembangan dalam hal akomodasi, mengingat tidak banyak yang datang berwisata lebih dari 1 hari. Dalam kegiatan wisata di tempat ini tidak perlu membutuhkan waktu yang cukup lama hanya sekitar beberapa jam.

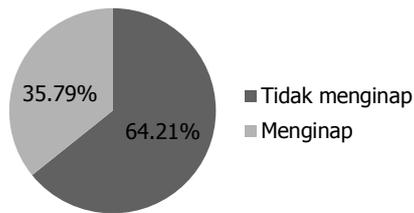
Setengah total responden menyatakan dalam 1 tahun terakhir ini mengunjungi wisata alam erupsi merapi sebanyak 1 kali. Kemudian sebanyak 16,84% wisatawan sudah datang 2 kali dalam satu tahun terakhir, 7,37% wisatawan datang 3 kali, dan 4,21% wisatawan datang lebih dari 3 kali dalam satu tahun terakhir. Sedangkan wisatawan yang belum pernah datang ke tempat wisata ini dalam satu tahun terakhir hanya 22,11% dari total responden wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh wisatawan pernah mendatangi tempat wisata sehingga mereka sudah mengetahui kegiatan wisata yang ada dan juga fasilitas yang terdapat di tempat wisata.

Hasil survey mendapatkan sebesar 88,42% dari total responden menyatakan kesediaannya untuk kembali mengunjungi wisata alam erupsi merapi, wisatawan berencana untuk kembali datang berkunjung. Hanya 11,58% wisatawan yang menyatakan tidak berencana untuk datang kembali berwisata. Hal ini menunjukkan bahwa

obyek wisata ini merupakan obyek wisata yang cukup menarik sehingga wisatawan tidak bosan untuk berkunjung. Analisis sebelumnya juga menyatakan bahwa mayoritas wisatawan sudah pernah melakukan wisata ke obyek wisata ini dalam satu tahun terakhir.

Dalam berwisata ke wisata alam erupsi merapi ini sebesar 37,89% wisatawan mengeluarkan biaya kurang dari 50 ribu dalam satu harinya untuk seluruh pengeluaran termasuk makan, souvenir, tiket, dan lainnya. Kemudian disusul oleh pengeluaran yang berkisar antara 50-100 ribu sebesar 27,37% untuk keperluan berwisata dalam satu hari. Hal ini disebabkan oleh banyaknya wisatawan yang datang berkunjung hanya satu hari sehingga hampir tidak ada wisatawan dengan pengeluaran untuk akomodasi. Selain itu dari hasil survey didapat bahwa terdapat beberapa wisatawan yang membawa bekal dari rumah sehingga dalam kegiatan wisata tidak mengeluarkan biaya untuk makan dan minum.

Kendaraan yang digunakan untuk mencapai tempat wisata mayoritas adalah kendaraan pribadi yang digunakan oleh 53,68% wisatawan. Kendaraan pribadi yang digunakan antara lain adalah mobil dan motor, namun berdasarkan observasi dan survey didapat wisatawan banyak menggunakan motor untuk menuju tempat wisata. Untuk wisatawan yang menggunakan kendaraan sewa adalah sebesar 46,32% yaitu menggunakan mobil rental. Untuk angkutan umum tidak ada wisatawan yang menggunakan angkutan umum untuk menuju tempat wisata, hal ini dikarenakan memang tidak ada kendaraan umum yang melewati tempat wisata.



Gambar 2. Wisatawan yang Mengingat.

Sumber: Hasil Analisis

Wisatawan di kawasan wisata alam erupsi merapi mayoritas tidak mengingat, sebanyak 64,21% wisatawan tidak mengingat, dan sisanya yang mengingat adalah sebesar 35,79% wisatawan dari total responden. Wisatawan yang mengingat memiliki preferensi yang berbeda terhadap pilihan akomodasi mereka. Adapun pertimbangan saat memilih akomodasi antara lain adalah biaya mengingat, keamanan, fasilitas, serta lokasi dan akses. Sedangkan pilihan akomodasi yang ada untuk mengingat antara lain adalah hotel, penginapan, keluarga, dan pondok wisata.

Tabel 3. Tabulasi Silang Pilihan Akomodasi dengan Tujuan Wisata.

	1	2	3	4	5	6
Berlibur	13.70%	6.30%	4.20%	2.10%	0,0%	42.10%
Belajar/ penelitian	1.10%	4.20%	0,0%	3.20%	0,0%	11.60%
Bertemu keluarga/ rekan	0,0%	0,0%	1.10%	0,0%	1.10%	0,0%
Olahraga	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1.10%
Lainnya	1.10%	0,0%	1.10%	0,0%	0,0%	6.30%

Sumber: Hasil Analisis

Keterangan: 1=Hotel, 2=Penginapan, 3=Keluarga, 4=Pondok wisata, 5=Lainnya, 6=Tidak mengingat; Asymp. Sig. (2sided): 0,000.

Dapat dilihat juga preferensi wisatawan terhadap pilihan akomodasi berdasarkan karakteristik wisatawan, dari hasil analisis didapatkan variabel tujuan wisata, lama wisata, dan biaya total per hari merupakan variabel karakteristik pola perjalanan wisata adalah variabel yang memiliki hubungan dengan pilihan akomodasi.

Hubungan antara pilihan akomodasi dengan tujuan wisata dapat dilihat pada tabel tabulasi silang di atas. Pada analisis sebelumnya telah diketahui bahwa lebih dari setengah total responden wisatawan tidak mengingat dalam perjalanan wisata. Dalam tabel di atas terlihat bahwa wisatawan yang tidak mengingat adalah wisatawan yang mayoritas berwisata untuk liburan. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan liburan ke wisata alam erupsi merapi tidak perlu mengingat.

Tabel 4. Tabulasi Silang Pilihan Akomodasi dengan Tujuan Wisata.

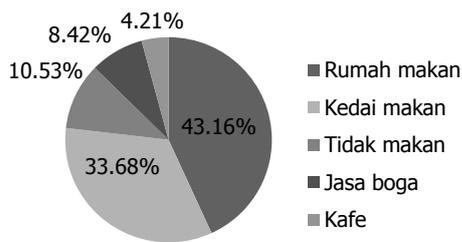
	1	2	3	4	5	6
1 hari	11.60%	5.30%	5.30%	3.20%	1.10%	61.10%
2 hari	1.10%	3.20%	1.10%	1.10%	0,0%	0,0%
3 hari	1.10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
4 hari	2.10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6 hari	0,0%	1.10%	0,0%	1.10%	0,0%	0,0%
8 hari	0,0%	1.10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%

Sumber: Hasil Analisis

Keterangan: 1=Hotel, 2=Penginapan, 3=Keluarga, 4=Pondok wisata, 5=Lainnya, 6=Tidak mengingat; Asymp. Sig. (2sided): 0,000.

Tabel di atas menunjukkan hasil pengolahan data tabulasi silang antara pilihan akomodasi dengan lama wisata. Dapat dilihat bahwa mayoritas wisatawan tidak mengingat dan lama wisata selama 1 hari ada sebanyak 58 wisatawan. Wisatawan memilih untuk tidak mengingat karena lama wisata 1 hari dalam hal dana lebih efisien dengan perjalanan pulang pergi. Terlebih wisatawan mayoritas berasal dari Jawa Tengah dan DI Yogyakarta sehingga perjalanan dapat dilakukan tanpa mengingat.

Wisatawan memiliki preferensi yang berbeda terhadap pilihan tempat makan mereka dalam perjalanan wisata. Pertimbangan saat memilih tempat makan mencakup harga makanan, kenyamanan, pelayanan, dan juga kualitas makanan. Sedangkan pilihan tempat makan antara lain adalah rumah makan, jasa boga atau catering, kedai makan, dan kafe.



Gambar 3. Pilihan Tempat Makan.

Sumber: Hasil Analisis

Pada variabel pilihan tempat makan, 43,16% wisatawan memilih rumah makan sebagai tempat makan mereka. Kemudian 33,68% memilih kedai makan, 10,53% membawa makan sendiri, 8,42% menggunakan jasa boga, serta 4,21% memilih kafe. Dapat dilihat juga preferensi wisatawan terhadap pilihan tempat makan berdasarkan karakteristik wisatawan, dari hasil analisis didapatkan variabel teman wisata yang merupakan salah satu variabel karakteristik pola perjalanan wisata adalah variabel yang paling memiliki hubungan dengan pilihan tempat makan. Hal ini menunjukkan bahwa dengan siapa wisatawan pergi melakukan kegiatan wisata akan mempengaruhi pilihan tempat makan mereka.

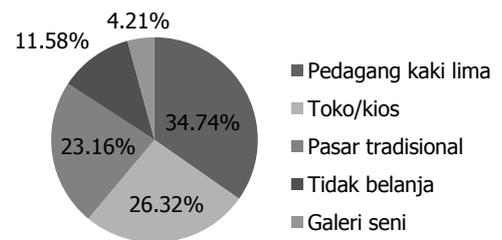
Berdasarkan tabel tabulasi silang berikut dapat dilihat hubungan antara pilihan tempat makan dengan teman wisata. Dari analisis sebelumnya didapatkan bahwa rumah makan menjadi pilihan wisatawan terbanyak dalam pilihan tempat makan, dapat dilihat bahwa wisatawan yang memilih rumah makan sebagian besar melakukan perjalanan wisata bersama teman/kerabat. Wisatawan yang datang bersama teman-teman memilih rumah makan sebagai pilihan tempat makan karena rumah makan merupakan tempat yang nyaman.

Tabel 5. Tabulasi Silang Pilihan Tempat Makan dengan Teman Wisata.

	1	2	3	4	5
Sendiri	1.10%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Bersama keluarga	13.70%	1.10%	10.5%	0,0%	8.40%
Bersama rekan/ kerabat	22.10%	5.30%	17.9%	1.10%	1.10%
Bersama komunitas tertentu	6.30%	2.10%	5.30%	3.20%	1.10%

Sumber: Hasil Analisis

Keterangan: 1=Rumah Makan, 2=Jasa Boga, 3=Kedai Makan, 4=Kafe, 5=Tidak Makan, 6=Tidak menginap; Asymp. Sig. (2sided): 0,032.



Gambar 4. Pilihan Tempat Belanja.

Sumber: Hasil Analisis

Dalam pemilihan tempat belanja, sebesar 34,74% wisatawan belanja di pedagang kaki lima, 26,32% di toko/kios, 23,16% di pasar tradisional, 11,58% memilih tidak belanja, dan 4,21% di galeri seni. Dalam memilih tempat belanja, wisatawan memiliki preferensi yang berbeda terhadap pilihan tempat belanja mereka. Pertimbangan saat memilih tempat belanja mencakup mutu barang yang dijual, keunikan atau kekhasan daerah, manfaat dan kegunaan, serta harga barang. Pilihan tempat belanja antara lain adalah pedagang kaki lima, toko atau kios, pasar tradisional, dan galeri seni.

Dapat dilihat juga preferensi wisatawan terhadap pilihan tempat belanja berdasarkan karakteristik wisatawan, dari hasil analisis didapatkan variabel lama wisata yang merupakan salah satu variabel karakteristik pola perjalanan wisata adalah variabel yang paling memiliki hubungan dengan pilihan tempat belanja. Hal ini menunjukkan bahwa lama wisata dalam melakukan perjalanan

wisata akan mempengaruhi pada pilihan tempat wisatawan berbelanja untuk membeli cinderamata dan oleh-oleh.

Tabel tabulasi silang antara pilihan tempat belanja dengan lama wisata di atas memperlihatkan hubungan antara keduanya. Dalam analisis sebelumnya didapatkan bahwa pedagang kaki lima merupakan pilihan utama yang menjadi tempat belanja wisatawan. Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa wisatawan yang memilih belanja di pedagang kaki lima adalah wisatawan yang melakukan perjalanan wisata selama 1 hari. Hal ini disebabkan tempat belanja yang banyak terdapat di tempat wisata erupsi merapi adalah pedagang kaki lima, sehingga wisatawan yang berkunjung selama 1 hari untuk efisiensi waktu memilih untuk belanja di tempat wisata ini sehingga tidak memilih untuk belanja di luar tempat wisata.

Tabel 6. Tabulasi Silang Pilihan Tempat Belanja dengan Lama Wisata.

	1	2	3	4	5
1 hari	34,7%	24,2%	15,8%	3,2%	9,5%
2 – 4 hari	0,0%	1,1%	6,3%	1,1%	1,1%
Lebih dari 4 hari	0,0%	1,1%	1,1%	0,0%	1,1%

Sumber: Hasil Analisis

Keterangan: 1=Pedagang Kaki Lima, 2=Toko/Kios, 3=Pasar Tradisional, 4=Galeri Seni, 5=Tidak Belanja; Asymp. Sig. (2sided): 0,035.

5. Kesimpulan

Wisatawan di kawasan gunung merapi mayoritas adalah wisatawan nusantara, namun terdapat juga wisatawan mancanegara yang berkunjung. Untuk jenis kelamin wisatawan hampir seimbang antara laki-laki dan perempuan. Kelompok usia wisatawan mayoritas adalah kelompok usia 18-40 tahun dengan latar belakang pendidikan wisatawan mayoritas SMA. Daerah asal wisatawan mayoritas berasal dari DI Yogyakarta dan Jawa Tengah, wisatawan banyak berasal dari wilayah sekitar. Untuk status perkawinan wisatawan

mayoritas belum menikah dan dalam siklus keluarga masih masuk dalam siklus remaja. Pekerjaan wisatawan didominasi oleh mahasiswa/pelajar dengan pendapatan per bulan kurang dari Rp700.000,00.

Tujuan wisatawan berwisata adalah untuk berlibur serta melihat kerusakan pasca erupsi dengan informasi yang banyak didapat dari kerabat/rekan. Mayoritas wisatawan melakukan perjalanan wisata secara mandiri bersama rekan/kerabat selama 1 hari. Wisatawan mayoritas pernah berkunjung ke tempat wisata dalam satu tahun terakhir dan berencana akan kembali berkunjung kembali. Biaya yang dikeluarkan wisatawan per hari kurang dari Rp50.000,00 untuk keperluan makan dan minum, membeli tiket, souvenir, dll. Untuk kendaraan yang digunakan menuju tempat wisata, wisatawan banyak menggunakan kendaraan pribadi.

Wisatawan sebagian besar tidak menginap dalam perjalanan wisata mereka. Sehingga tidak dapat ditarik simpulan terhadap preferensi tempat akomodasi. Preferensi wisatawan terhadap tempat makan hampir dari setengah total responden memilih untuk makan di rumah makan, dan tidak sedikit juga wisatawan yang memilih untuk makan di kedai makan. Preferensi wisatawan terhadap tempat belanja adalah mayoritas wisatawan memilih untuk belanja membeli cinderamata dan oleh-oleh di pedagang kaki lima.

Dalam melakukan perjalanan wisata, wisatawan memiliki preferensi yang berbeda dalam memilih sarana wisata yang ada. Preferensi wisatawan terhadap sarana wisata dipengaruhi oleh tujuan wisata, lama wisata, dan teman wisata. Preferensi wisatawan terhadap akomodasi dipengaruhi oleh tujuan wisata dan lama wisatawan melakukan perjalanan. Preferensi wisatawan terhadap

tempat makan dipengaruhi oleh teman wisata. Preferensi wisatawan terhadap tempat belanja dipengaruhi oleh lama wisata.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Arief Rosyidie untuk arahan dan bimbingan sehingga artikel ini dapat ditulis. Terima kasih juga kepada dua mitra bestari yang telah memberikan komentar yang berharga.

Daftar Pustaka

- Bourseilier, P and J Durrieux. 2002. *Volcanoes. New York: Harry N. Abrams, Inc.*
- Dowling, R and D Newsome (ed). 2006. *Geotourism. London: Elsevier Butterworth Heinemann.*
- Effendy, O.U. 1984. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya.*
- Eriyanto. 2007. *Teknik Sampling Analisis Opini Public. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara.*
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.*
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- Mathieson, A and Wall G. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impact. London: Longman.*
- Nursusanti, Betty K. 2005. *Identifikasi Persepsi dan Preferensi Wisatawan Terhadap Objek dan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Cianjur. Bandung: Institut Teknologi Bandung.*
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata. Denpasar: Penerbit Andi.*
- Porteus, J.D. 1997. *Environment and Behavior. Planning and Everyday. Urban Life. Boston: Addison-Wesley.*
- Rea, L., & Parker, R. 1997. *Designing and Conducting Survey Research (2nd Edition). San Francisco: Jossey-Bass.*
- Sharpley, Richard. 1994. *Tourism, Tourists and Society. Huntingdon: Elm Publications.*
- Siagian, Sondang P. 1989. *Teori Motivasi dan Aplikasinya. Jakarta: Bina Aksara.*
- Simkin, T and others. 1981. *Volcanoes of the World: A Regional Directory, Gazetteer, and Chronology of Volcanism During the Last 10,000 Years. Stroudsburg: Hutchinson Ross Publishing Company.*
- Soekadijo, R.G. 2000. *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.*
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Penerbit Alfabeta.*
- Suyanto, Agus. 2001. *Pengembangan Wisata Vulkan Merapi. Jurnal Nasional Pariwisata, no. 1 : 26-33.*
- Yoeti, Oka A. P. 1991. *Penuntun Praktis Pramuwisata Profesioanl. Bandung: Penerbit Angkasa.*
- Warpani, Suwardjoko P dan Indira P Warpani. 2006. *Pariwisata Dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: Penerbit ITB.*