

# **KARAKTERISTIK WISATAWAN NUSANTARA YANG BERKUNJUNG KE KOTA SOLO**

## *Characteristic of the Domestic Tourists Visit to Solo*

**Rizky Arif Nugroho**

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota

Institut Teknologi Kalimantan

Balikpapan

Arif.rizky@lecturer.itk.ac.id

Diterima: 12 November 2019. Disetujui: 15 November 2019. Dipublikasikan: 26 Desember 2019

### **Abstrak**

Kota Solo merupakan sebuah kota di Propinsi Jawa Tengah dengan potensi pariwisata budaya. Objek-Objek wisata yang ada di Kota Solo sangat beragam, mulai dari objek wisata tradisional seperti Keraton Kasunanan Solo hingga objek wisata modern seperti Beteng Trade Center. Wisatawan yang berkunjung dapat memilih objek wisata yang dikehendaknya, termasuk membeli cinderamata khas yang banyak ditemui di Kota Solo.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari wisatawan yang mengunjungi Kota Solo. Karakteristik yang dideskripsikan berdasarkan aspek demografis, fisiologis, dan pola perjalanan wisatanya. Metode yang digunakan merupakan metode campuran dimana diambil sampel kuesioner sebanyak 100 orang, kemudian hasilnya dideskripsikan sesuai dengan aspek yang ingin diketahui.

Hasil penelitian menunjukkan dari sisi aspek demografis mayoritas merupakan wanita, usia 15-24 tahun, mayoritas berprofesi bukan sebagai PNS atau buruh industri, tingkat pendidikan terakhir SMA, dan status perkawinan belum kawin. Sedangkan dari sisi aspek fisiologis mayoritas mengunjungi Kota Solo dibawah 12 jam, dengan alokasi anggaran mayoritas digunakan untuk biaya perjalanan. Terakhir, dari sisi aspek pola perjalanan wisata, mayoritas bepergian dengan rombongan non keluarga, bertujuan untuk liburan, dan perjalanan yang diatur sendiri tanpa biro perjalanan.

© 2019 Asdep Industri dan Regulasi Pariwisata

**Kata kunci** : demografis, fisiologis, karakteristik, perjalanan, wisata

### **Abstract**

*Solo City located in Central Java Province with potential cultural tourism. Tourist objects in Solo City were varied from traditional, namely Kasunanan Solo Palace, to modern, such as Beteng Trade Center. Tourists are freely to visit those tourist objects and bought souvenirs that were easily to found around the city.*

*This study aim to describe tourist's characteristics who visited Solo City. The characteristics were*

*divided into demographic aspect, physiologic aspect, and tourist trip pattern. Method used in this study was mixed and questionnaires were distributed among 100 respondents, then result was describe into preferred aspects.*

*The results were clustered into specific aspects. Demographic aspect showed that most of the tourist was woman, aged between 15-24 years old, the majority of respondents were not civil servant or industrial labor, high school graduated, and not married. Physiologic aspect showed majority of respondents visited Solo City no more than 12 hours, and spend mostly on trip cost. Lastly, from tourist trip pattern, majority were traveled with non-family group, for holiday purposed, and arranged independently.*

© 2019 Asdep Industri dan Regulasi Pariwisata

**Key words:** *characteristic, demographic, physiologic, tourism, trip*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang amat pesat sebagai hasil dari percepatan pembangunan infrastruktur transportasi, hal ini terlihat dari prediksi jumlah kedatangan wisatawan mancanegara di Bali mencapai angka 8 juta jiwa pada tahun 2019 (Rukini et al, 2015) dan Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia berhasil naik ke peringkat 50 dari 141 negara (World Economic Forum, 2015). Selain itu, Pemerintah Indonesia menetapkan target kunjungan wisata pada tahun 2019 mencapai 20 juta jiwa untuk kedatangan wisatawan mancanegara dan pergerakan 275 juta jiwa bagi wisatawan nusantara serta Indeks Daya Saing Pariwisata Indonesia menempati peringkat 30 (Abdullah dan Ridha, 2019).

Berdasarkan RTRW Kota Solo tahun 2010-2030, Kota Solo diarahkan untuk pengembangan potensi Kota Solo sebagai Kota yang berbasis budaya yang didukung oleh sektor perdagangan, jasa, pariwisata, olah raga dan industri. Pada bulan Februari tahun 2016 sejumlah 617.489 wisatawan mengunjungi Kota Solo yang terbagi atas 613.034 wisatawan domestik dan 4.455 wisatawan mancanegara (Disbudpar Solo, 2016).

Menurut Holloway dalam Kusbiyantoro (2008), wisatawan adalah seseorang yang mengadakan perjalanan untuk melihat sesuatu yang lain dan kemudian ia menyatakan keluhan apabila membayar sesuatu yang tidak sesuai. Hal tersebut menggambarkan bahwa wisatawan selain datang untuk mengunjungi objek, namun juga membutuhkan pelayanan untuk memperoleh apa yang mereka inginkan. Wisatawan juga dapat diartikan sebagai semua orang yang memenuhi syarat yaitu (1) bahwa mereka meninggalkan rumah kediaman mereka untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan (2) bahwa sementara mereka bepergian, mereka mengeluarkan uang di tempat yang mereka kunjungi tanpa bermaksud mencari nafkah ditempat tersebut (Ogilvie, 1933). Marpaung (2002) berpendapat bahwa wisatawan adalah orang yang bertempat tinggal disuatu negara tanpa memandang kewarganegaraan, berkunjung kesuatu tempat pada negara yang sama untuk jangka waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan pada salah satu hal seperti memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olah raga. Lainnya adalah bisnis atau mengunjungi keluarga.

Menurut Marpaung (2002), profil wisatawan merupakan karakteristik spesifik dari jenis-jenis wisatawan yang berbeda yang berhubungan erat dengan kebiasaan permintaan dan kebutuhan mereka dalam melakukan perjalanan. Dalam menentukan profil dan minat pengunjung dapat dilakukan melalui aspek geografis, aspek demografis, dan aspek fisiologis. Aspek geografis berhubungan dengan unit geografis seperti kewarganegaraan, kota, provinsi, desa, lingkungan, dan lain sebagainya. Sedangkan aspek demografis berhubungan dengan variabel dasar seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, status perkawinan, dan lain sebagainya. Terakhir, aspek fisiologis berkaitan dengan sifat atau karakteristik kejiwaan seperti lama kunjungan, pilihan rekreasi, frekuensi kunjungan, dan belanja wisatawan.

Smith (1995) dalam Margaret (2011) menilai bahwa karakteristik wisatawan dapat dilihat berdasarkan karakteristik sosio-demografis yang dimilikinya. Yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya adalah jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga dan lain-lain yang dielaborasi dari karakteristik tersebut. Selain itu, dapat dilihat pula dari karakteristik geografis dan psikografis dimana karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, propinsi, maupun negara asalnya. Sedangkan karakteristik psikografis membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, life-style dan karakteristik personal.

Wisata dapat dibagi menjadi beberapa bentuk menurut Suwanto (2004). Bentuk-bentuk wisata dapat dilihat sebagai Dari segi jumlahnya, wisata dibedakan atas Individual Tour (wisatawan perorangan), yaitu suatu perjalanan yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami istri.

Kemudian Family Group Tour (wisata keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga, yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain. Lalu Group Tour (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas Pre-arranged Tour (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya, baik transportasi, akomodasi, maupun objek-objek yang akan dikunjungi. Kemudian Package Tour (wisata paket atau paket wisata), suatu produk wisata yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan. Lalu Coach Tour (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin, dalam jangka yang telah ditetapkan dengan rute perjalanan yang tertentu pula. Special Arranged Tour (wisata khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau lebih sesuai dengan kepentingannya. Dan terakhir, Optional Tour (wisata tambahan), yaitu suatu perjalanan wisata tambahan diluar pengaturan yang telah disusun atau dijanjikan pelaksanaannya dan dilakukan atas permintaan pelanggan.

Jika dilihat dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan atas Holiday Tour (wisata liburan), suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri. Familiarization Tour (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan anjansana yang bertujuan untuk mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya.

Education Tour (wisata pendidikan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan ataupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Scientific Tour (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah memperoleh pengetahuan atau menyelidiki suatu bidang ilmu pengetahuan. Pilgrimage Tour (wisata keagamaan), perjalanan wisata guna melakukan ibadah keagamaan. Special Mission Tour (wisata kunjungan khusus), yaitu perjalanan wisata dengan suatu maksud khusus, misalnya misi dagang, misi kesenian dan lain-lain. Special Program Tour (wisata program khusus), yaitu suatu perjalanan wisata untuk mengisi kekosongan khusus. Hunting Tour (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan pemburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat, untuk hiburan semata.

Terakhir, jika dilihat dari segi penyelenggaraannya, wisata dibedakan atas Ekskursi (excursion), yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata. Safari Tour yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan atau peralatan khusus pula. Cruise Tour yaitu perjalanan wisata yang menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek-objek wisata bahari, dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya. Youth Tour (wisata remaja), yaitu suatu kunjungan wisata yang penyelenggaraannya khusus diperuntukan bagi para remaja menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum negara masing-masing. Marine Tour (wisata bahari), suatu kunjungan objek wisata khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan.

Bentuk-bentuk wisata juga dapat digeneralisasikan agar lebih mudah dipahami. Hal

dilihat dari penjabaran bentuk wisata menurut Spillane (1987) dalam Kusbiyantoro (2008) yang membagi bentuk wisata berdasarkan pariwisata individu dan kolektif; pariwisata jangka panjang, pendek, dan ekskursi; pariwisata dengan alat angkutan; dan pariwisata aktif atau pasif.

Jika dilihat berdasarkan pariwisata individu dan kolektif baik dalam negeri ataupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori yaitu individual tourism dan organised collective tourism. Individual tourism atau pariwisata perorangan meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya, sehingga bebas mengadakan perubahan waktu yang dikehendaki. Sedangkan organized collective tourism, atau pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik meliputi sebuah biro perjalanan (travel agent atau tour operator) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota kelompok.

Kemudian jika dilihat dari pariwisata jangka panjang, pariwisata pendek dan pariwisata ekskursi, maka pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Sedangkan pariwisata jangka pendek atau short term tourism mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Terakhir, pariwisata ekskursi atau adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Pariwisata dengan alat angkutan adalah jika seseorang dalam melakukan pariwisata menggunakan berbagai alat angkutan seperti kereta api, kapal laut, pesawat, bus, dan kendaraan umum lain.

Terakhir adalah pariwisata aktif dan pasif. Pariwisata aktif merupakan pariwisata yang mendatangkan devisa untuk suatu negara,

misalnya wisatawan mancanegara datang ke negara lain untuk berlibur. Pengertian pariwisata pasif adalah pariwisata yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran, misalnya penduduk suatu negara pergi keluar negeri dan membawa uang ke luar negeri untuk berwisata dan berbelanja disana.

Potensi wisata tersebut harus dapat menyesuaikan dengan karakter wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo agar layanan wisata yang ditawarkan memang dibutuhkan dan sesuai dengan yang diinginkan. Oleh karena itu, maka perlu diketahui bagaimana karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo.

## METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian campuran. Menurut Creswell (2010), penelitian campuran melibatkan pendekatan kombinasi metode penelitian kualitatif dan kuantitatif. Strategi-strategi yang terdapat dalam penelitian campuran terdiri atas strategi metode campuran bertahap dan strategi metode campuran konkuren (Creswell, 2010). Strategi metode campuran bertahap merupakan strategi bagi peneliti untuk menggabungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya secara bertahap. Sedangkan strategi metode campuran konkuren adalah penelitian yang menggabungkan antara data kuantitatif dan data kualitatif dalam satu waktu.

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2008), populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan yang mengunjungi Kota Solo. Sedangkan sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak

mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2008).

Jumlah pasti wisatawan nusantara yang mengunjungi Kota Surakarta tidak dapat diketahui jumlahnya, untuk menghitung jumlah sampel dari populasi yang tidak diketahui jumlahnya maka dapat digunakan rumus Wibisono sebagai berikut :

$$n = \left( \frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Dimana :

n = jumlah sampel

$Z_{\alpha}$  = tabel distribusi normal sampel = 1,96

$\sigma$  = standar deviasi populasi = 0,25

e = tingkat kesalahan = 0,05

Dengan tingkat kepercayaan 95% diperoleh sampel dengan jumlah 96,04 orang atau dilakukan pembulatan sehingga diperoleh jumlah 100 orang untuk masing-masing populasi. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling accidental. Teknik pengambilan sampel ini ditentukan berdasarkan faktor spontanitas dimana siapa saja yang secara kebetulan bertemu dapat dijadikan sampel jika dirasa cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008).

Dalam mengidentifikasi wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Solo, maka selain memperhatikan karakter demografis wisatawan, karakter fisiologis juga bentuk wisata yang dilakukan harus dijadikan sebagai pertimbangan utama dalam pengembangan konsep tersebut. Data-data yang diperoleh akan dianalisis menggunakan teknik statistika deskriptif. Statistika deskriptif adalah metode analisa statistik untuk menjelaskan dengan cara mendeskripsikan, menggambarkan, menjabarkan, atau menguraikan data agar mudah dipahami (Siregar, 2010).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui karakteristik dari wisatawan yang mengunjungi Kota Solo dilakukan dengan cara melakukan survei dan menyebarkan kuesioner kepada 100 orang responden. Jumlah tersebut diperoleh menggunakan rumus sampling untuk populasi dengan jumlah yang tidak dapat terdefiniskan seperti yang sudah dijelaskan pada bagian metode. Karakteristik dalam penelitian ini mencakup karakteristik demografis dari wisatawan yang berkaitan dengan jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan status perkawinan. Kemudian karakteristik fisiologis dari wisatawan yang mencakup lama kunjungan dan anggaran yang disediakan oleh wisatawan. Selain kedua karakteristik tersebut, perlu diketahui pula bagaimana pola perjalanan wisata yang dilakukan oleh para wisatawan tersebut. Pola perjalanan wisata dalam penelitian ini mencakup jumlah peserta, tujuan/motif wisata, dan bagaimana mereka menyelenggarakan perjalanan wisatanya.

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan di beberapa objek wisata yang ada di Kota Solo, maka diperoleh data sebagai berikut.

### A. Karakteristik Demografis

#### 1. Jenis Kelamin Wisatawan

Jenis kelamin wisatawan merupakan hal pertama yang menjadi aspek dalam karakteristik demografis wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo. Hasil dari kuesioner terdapat pada tabel berikut.

Tabel 1. Jenis Kelamin Wisatawan

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	48	48%
Perempuan	52	52%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui jika minat wisatawan pria dan wisatawan wanita dalam mengunjungi Kota Solo ternyata tidak terlalu jauh berbeda, bahkan cenderung berimbang. Hal ini dapat terlihat dari data persentase wisatawan pria yang berjumlah 48%, sedangkan untuk persentase wisatawan wanita berjumlah 52%. Dengan demikian maka dapat disimpulkan jika Kota Solo menarik untuk dikunjungi baik oleh wisatawan pria maupun wisatawan wanita.

#### 2. Usia Wisatawan

Usia wisatawan juga menjadi salah satu bagian dari karakteristik demografis yang diteliti dalam penelitian ini. Berikut hasil yang diperoleh dari kuesioner yang disebarkan ke responden.

Tabel 2. Usia Wisatawan

Usia Wisatawan	Jumlah	Persentase
<15 Tahun	1	1%
15-24 Tahun	61	61%
25-39 Tahun	29	29%
>39 Tahun	9	9%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan jika rentang usai 15-24 tahun menjadi jumlah wisatawan paling dominan di Kota Solo, kemudian rentang usia 25-39 tahun dengan persentase 29%. Untuk usia <15 tahun dan >40 tahun hanya berjumlah sedikit yaitu hanya 1% dan 9%. Rentang usia 15-24 tahun menjadi wisatawan yang paling dominan dikarenakan objek wisata yang ada di Kota Solo sangat kental dengan nuansa budaya yang masih terjaga. Pada era informasi dan

penggunaan sosial media yang cukup tinggi maka nuansa kebudayaan yang kental terasa menjadi sesuatu hal yang unik dan menarik, ditambah pula jika rentang usia 15-24 tahun adalah pengguna sosial media yang aktif.

### 3. Mata Pencapaian Wisatawan

Jenis mata pencapaian turut mempengaruhi karakteristik dari wisatawan yang mengunjungi Kota Solo. Berdasarkan hasil dari kuesioner yang berhasil dikumpulkan, maka datanya adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Jenis Mata Pencapaian Wisatawan

Mata Pencapaian	Jumlah	Persentase
Buruh Industri	7	7%
PNS/TNI/Polri	3	3%
Lain-Lain (swasta, pelajar/mahasiswa)	90	90%
Jumlah	100	100%

Sesuai dengan usia dominan dari wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo yaitu 15-24 tahun seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maka untuk mata pencapaian yang mendominasi adalah dari kalangan karyawan maupun wiraswasta dan juga kalangan mahasiswa/pelajar, sesuai dengan rentang umur tersebut. Jumlahnya sendiri mencapai 90% dari keseluruhan responden. Mata pencapaian lain yang terdata adalah buruh industri sebanyak 7% dan PNS/TNI/Polri sebanyak 3%.

### 4. Tingkat Pendidikan Wisatawan

Aspek lain yang juga termasuk dalam karakteristik demografis dari wisatawan adalah tingkat pendidikan. Berdasarkan data yang berhasil diperoleh dari

responden, maka penyajiannya adalah sebagai berikut.

Tabel 4. Tingkat Pendidikan Wisatawan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	4	4%
SMP	17	17%
SMA	62	62%
Perguruan Tinggi	17	17%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden tentang tingkat pendidikan wisatawan yang mengunjungi Kota Solo, maka mayoritas adalah lulusan SMA dengan jumlah 62%. Jumlah berikutnya adalah lulusan perguruan tinggi bersama dengan lulusan SMP berjumlah 17%. Sisanya adalah lulusan SD dengan jumlah 4%. Dengan melihat data diatas, maka dapat disimpulkan jika tingkat pendidikan yang tinggi cukup tertarik untuk mengunjungi objek wisata yang bertemakan budaya. Hal ini mungkin didorong oleh antusiasme keingintahuan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kebudayaan khas yang ada di Kota Solo.

### 5. Status Perkawinan Wisatawan

Aspek terakhir dalam karakteristik demografis wisatawan adalah status perkawinan wisatawan. Data yang berhasil diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. Status Perkawinan Wisatawan

Status Perkawinan	Jumlah	Persentase
Kawin	31	31%
Belum Kawin	69	69%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan jika mayoritas wisatawan yang mengunjungi Kota Solo berstatus belum kawin yang berjumlah 69% berbanding terbalik dengan status kawin berjumlah 31%. Hal tersebut terjadi karena sepertinya objek wisata yang ada di Kota Solo lebih menarik untuk dikunjungi bagi wisatawan yang belum berkeluarga.

## B. Karakteristik Fisiologis

### 1. Lama Kunjungan Wisatawan

Lama kunjungan wisatawan menjadi aspek pertama yang perlu diketahui dalam karakteristik fisiologis wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo. Data yang diperoleh disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 6. Lama Kunjungan Wisatawan

Lama Kunjungan	Jumlah	Persentase
<12 Jam	55	55%
12-24 Jam	11	11%
>24 Jam	34	34%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan data diatas, dapat terlihat bahwa mayoritas wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo dengan lama kunjungan <12 jam dengan persentase 55%. Wisatawan yang berkunjung hingga >24 jam juga memiliki persentase yang cukup tinggi yaitu berjumlah 34%. Sedangkan wisatawan yang berkunjung dengan lama kunjungan 12-24 jam di kota Solo hanya berjumlah 11% saja. Dapat disimpulkan jika mayoritas wisatawan hanya mengunjungi objek wisata tertentu saja di Kota Solo sehingga tidak memerlukan waktu kunjungan yang lebih lama, namun sebagian wisatawan memutuskan untuk tinggal >24 jam di Kota Solo untuk dapat mengunjungi

beberapa objek wisata yang ada di Kota Solo sekaligus menandakan perlunya tempat menginap bagi mereka.

### 2. Alokasi Anggaran Wisatawan

Aspek karakteristik fisiologis selanjutnya adalah alokasi anggaran wisata yang disediakan oleh wisatawan ketika mengunjungi Kota Solo. Untuk alokasi anggaran wisata, wisatawan boleh menjawab lebih dari satu macam anggaran sesuai dengan yang telah direncanakan wisatawan. Berikut data yang diperoleh dari kuesioner.

Tabel 7. Alokasi Anggaran Wisata

Alokasi Anggaran Wisata Wisatawan	Jumlah	Persentase
Biaya Perjalanan	59	26,5%
Restoran	34	15,2%
Penginapan	20	9%
Transportasi	56	25,1%
Cenderamata	25	11,2%
Lain-Lain	29	13%
Jumlah Jawaban	223	100%

Berdasarkan data diatas maka terlihat jika wisatawan paling banyak menganggarkan alokasi untuk biaya perjalanan itu sendiri dan transportasi selama berada di Kota Solo dengan persentase sejumlah 26,5% dan 25,1%. Wisatawan juga menganggarkan alokasi untuk restoran sejumlah 15,2%. Untuk alokasi cenderamata dan lain-lain sejumlah 11,2% dan 13%. Hanya 9% wisatawan yang menganggarkan alokasi untuk penginapan. Dapat disimpulkan jika wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo memang sudah mempersiapkan alokasi anggaran untuk perjalanan dan transportasi selama berada di Kota Solo. Selain itu mereka juga mempersiapkan alokasi untuk restoran,

namun memang hanya sedikit yang menganggarkan untuk penginapan. Hal ini sesuai dengan data bahwa mayoritas wisatawan mengunjungi Kota Solo dengan lama kunjungan <12 jam saja.

### C. Pola Perjalanan Wisata

#### 1. Jumlah Peserta Kegiatan Wisata

Bentuk wisata yang dilakukan wisatawan dalam kunjungannya ke Kota Solo dapat dilihat dari jumlah peserta kegiatan wisata yang dilakukan. Berdasarkan hasil dari persebaran kuesioner, maka diperoleh data sebagai berikut.

Tabel 8. Jumlah Peserta Kegiatan Wisata

Jumlah Peserta	Jumlah	Persentase
Satu Orang	7	7%
Rombongan Keluarga	39	39%
Rombongan Non Keluarga	54	54%
Jumlah	100	100%

Dengan melihat data pada tabel diatas, maka dapat terlihat jika Kota Solo merupakan destinasi favorit wisatawan dengan rombongan, naik rombongan keluarga maupun rombongan non keluarga. Sedangkan hanya sedikit kunjungan wisatawan yang hanya terdiri dari satu orang saja. Tercatat rombongan keluarga sejumlah 39% dan rombongan non keluarga 54%. Sedangkan untuk peserta satu orang hanya berjumlah 7% saja.

#### 2. Tujuan/Motif Perjalanan Wisata

Perlu diketahui juga apa tujuan/motif wisatawan dalam berkunjung ke Kota Solo. Berdasarkan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner yang telah dilakukan dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 9. Tujuan/Motif Perjalanan

Tujuan/Motif Perjalanan Wisata	Jumlah	Persentase
Liburan	76	76%
Pengenalan Lingkungan	7	7%
Pendidikan	17	17%
Jumlah	100	100%

Data pada tabel diatas menggambarkan bahwa mayoritas pengunjung datang ke Kota Solo dengan tujuan untuk liburan, yang jumlahnya mencapai 76%. Ada beberapa yang mengunjungi sebagai motif wisata pendidikan dengan jumlah 17%. Sedangkan motif pengenalan lingkungan berjumlah 7%. Dapat disimpulkan jika corak kebudayaan yang kental di Kota Solo cukup menarik untuk dikunjungi dengan motif berlibur, selain itu adanya objek wisata bertema budaya juga dapat dijadikan kunjungan wisata pendidikan bagi wisatawan yang masih bersekolah.

#### 3. Penyelenggara Perjalanan Wisata

Terakhir adalah penyelenggara perjalanan wisata. Perlu diketahui pula bagaimana wisatawan melakukan perjalanan wisata ke Kota Solo. Datanya dapat dilihat di tabel berikut.

Tabel 10. Penyelenggara Perjalanan Wisata

Penyelenggara Perjalanan Wisata	Jumlah	Persentase
Diatur Sendiri	100	100%
Diatur Biro Perjalanan	0	0%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jika mayoritas wisatawan yang berkunjung memilih untuk merencanakan sendiri perjalanan wisata mereka jika dibandingkan dengan menyerahkan kepada biro perjalanan. Hal ini dapat terlihat dengan jumlah persentase 100% berbanding 0%. Dari data ini dapat

disimpulkan jika wisatawan yang berkunjung ke Kota Solo tidak menyukai jadwal kunjungan yang sudah diatur biro perjalanan. Mereka lebih memilih merencanakan sendiri lokasi lokasi kunjungan yang dikehendaki.

#### **D. Karakteristik Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Solo**

Berdasarkan paparan analisis diatas, maka karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Kota Surakarta jika dilihat dari karakteristik geografis, demografis, dan fisiologis adalah sedikit didominasi oleh kaum perempuan berusia muda yaitu antara 15-24 tahun dengan status belum kawin. Mayoritas merupakan pelajar/mahasiswa/karyawan dengan tingkat pendidikan paling banyak adalah SMA.

Para wisatawan tersebut hanya tinggal di Kota Surakarta selama <12 jam saja, walaupun ada sebagian yang memutuskan menginap atau tinggal >24 jam. Hal ini mempengaruhi alokasi anggaran yang mereka siapkan sebelum berkunjung ke Kota Surakarta dimana mereka kebanyakan hanya menyiapkan untuk biaya perjalanan dan transportasi selama di Kota Surakarta saja. Meskipun demikian, ada pula yang mempersiapkan alokasi untuk penginapan, khususnya bagi wisatawan yang memutuskan untuk tinggal di Kota Surakarta >24 jam.

Pola perjalanan yang dilakukan banyak dipengaruhi oleh karakteristik demografis dan fisiologis yang telah disebutkan sebelumnya. Kebanyakan wisatawan berkunjung ke Kota Surakarta dengan rombongan dan tidak menggunakan biro perjalanan. Mereka berkunjung ke Kota Surakarta dalam rangka liburan.

#### **SIMPULAN**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kota Surakarta memiliki karakter muda dengan ciri

belum kawin dan tidak bekerja sebagai PNS atau buruh industri. Rentang usia rata-rata 15-24 tahun dan memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA menunjukkan bahwa Kota Surakarta sendiri memiliki objek wisata yang lebih diminati oleh masyarakat berusia muda, serta sebagian besar dari mereka belum menikah. Lama kunjungan didominasi hanya dibawah 12 jam yang berarti bahwa mereka hanya bersinggah sementara sebelum kembali ke tempat asalnya masing-masing. Perjalanan dilakukan secara berkelompok (bukan keluarga) semakin memperkuat karakter pola perjalanan yang dilakukan anak muda, seperti touring atau berekreasi bersama kelompok pertemanan mereka.

Dalam penelitian ini, responden hanyalah wisatawan lokal yang berkunjung ke Kota Solo dan sampel diambil tanpa melalui proporsi yang seimbang antara objek wisata. Untuk penyempurnaan, ke depan dapat ditambahkan responden wisatawan asing dan pengambilan sampel yang telah diproporsikan pada setiap objek wisata.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

##### **Buku**

- Abdullah, A., & Ridha, M. (2019). Dari Legian ke Ara: Pengelolaan Pariwisata dan Perubahan Sosial Indonesia. *SOSIORELIGIUS*, 5(1).
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kusbiyantoro, H. (2008). *Profil Wisatawan Di Pura Mangkunegaran Solo*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Margaret, A. (2011). *Profil Wisatawan Museum Radya Pustaka Solo*, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.

- Ogilvie, F. W. (1933). *The Tourist Movement: An Economic Study*. PS King & son, ltd.
- Rukini, R., Arini, P. S., Nawaningsih, E. (2015). Peramalan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara (Wisman) Ke Bali Tahun 2019: Metode ARIMA, *Jurnal Ekonomi Kuantitatif Terapan*, 8(2), 113-216.
- Siregar, S. (2010). *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suwantoro, G. (2004). *Perencanaan Produk Wisata*.
- Winta, A., I. (2016, Maret 26). *Andalkan Wisata Kuliner, Disbudpar Solo Targetkan 4,5 Juta Wisatawan*. Diakses pada 29 Maret 2016, dari <http://www.surakartadaily.com>.
- World Economic Forum. (2015). *The Global Competitiveness Report 2015–2016*. Jenewa.