

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Wilayah

4.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Sidoarjo

A. Batas Administrasi

Kabupaten Sidoarjo terletak antara 112°5"-112°9'BT dan 7°3'-7°5'LS dengan batas administrasinya sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik

Sebelah Selatan : Kabupaten Pasuruan

Sebelah Barat : Kabupaten Mojokerto

Sebelah Timur : Selat Madura

Kabupaten Sidoarjo adalah sebuah Kabupaten yang dihimpit oleh dua sungai dengan luas wilayahnya 71.424,25 Ha, 40,81% terletak di ketinggian 3-10 m yang berada di bagian tengah dan berair tawar, 29,99% terletak di ketinggian 0-3 m berada di sebelah timur dan merupakan daerah pantai dan pertambakan, 29,20% terletak di ketinggian 10-25 m di bagian barat. Kabupaten Sidoarjo sendiri memiliki 18 kecamatan, yaitu Kecamatan Sidoarjo, Buduran, Candi, Porong, Krembung, Tulangan, Tanggulangin, Jabon, Krian, Balongbendo, Wonoayu, Tarik, Prambon, Taman, Waru, Gedangan, Sedati, dan Sukodono. Batas administrasi tersebut dapat dilihat pada Gambar 4.1.

Topografi Kabupaten Sidoarjo terdiri dari beberapa lapisan batuan. Batuan *Alluvium* seluas 686,89 tersebar di semua kecamatan, namun untuk lapisan batuan *Plistosen Fasien Sedimen* hanya terdapat di 6 kecamatan, yaitu Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Buduran, Kecamatan Taman, Kecamatan Waru, Kecamatan Gedangan dan Kecamatan Sedati.

Lapisan tanah *Alluvial Kelabu* merata di 18 kecamatan seluas 470,18 km². Lapisan tanah jenis *As. Alluvial Kib* dan Coklat Kekuningan hanya ada di 4 kecamatan, yaitu Kecamatan Krembung seluas 4,54 km, Kecamatan Balongbendo seluas 27,95 km, Kecamatan Tarik seluas 9,87 km dan Kecamatan Prambon seluas 7,33 km. Lapisan tanah *Alluvial Hidromort* seluas 213,61 km menyebar di 8 kecamatan, yaitu Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Buduran, Kecamatan Candi, Kecamatan Porong, Kecamatan Tanggulangin, Kecamatan Jabon, Kecamatan Waru dan Kecamatan Sedati.

Adapun lapisan tanah kelabu tua seluas 8,71 km terdapat di Kecamatan Buduran dan Kecamatan Gedangan.

Iklim yang tidak menentu pada tahun 2010 didominasi oleh curah hujan yang cenderung “intens” pada tiap bulannya sepanjang tahun. Lokasi penakar hujan ada di 28 titik yang berbeda, tersebar pada 17 kecamatan di Sidoarjo mencatat rata-rata curah hujan tertinggi pada bulan Agustus dan lebih tinggi di bulan September.

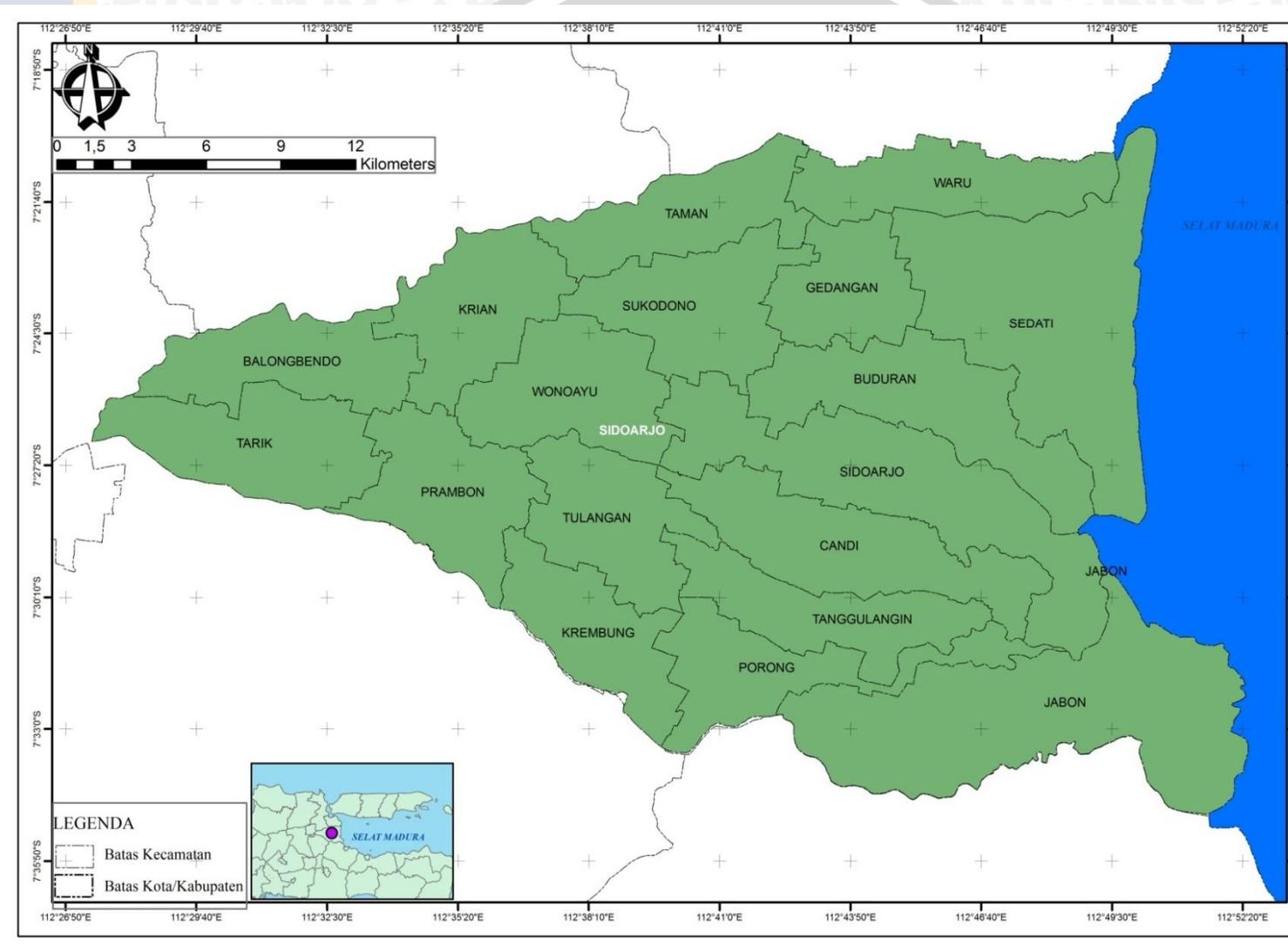
B. Kependudukan

Jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo dari tahun ke tahun mengalami penambahan jumlah penduduknya. Berikut ini merupakan tabel jumlah penduduk Kabupaten Sidoarjo:

Tabel 4.1 Luas Wilayah, Kepadatan Penduduk (Km², Desa dan Rumah tangga) Tahun 2010

No	Kecamatan	Luas Wilayah	Kepadatan Penduduk		
			km ²	Desa	Rumahtangga
1	Sidoarjo	62,56	3.405,10	8876	5
2	Buduran	41,03	2.178,67	5959	4
3	Candi	40,67	3.099,21	5252	5
4	Porong	29,82	2.970,56	4662	5
5	Krembung	29,55	2.474,21	3848	4
6	Tulangan	31,21	2.682,22	3805	4
7	Tanggulangun	32,29	3.642,74	6191	4
8	Jabon	81,00	759,98	4104	4
9	Krian	32,50	3.547,08	5240	4
10	Balombangendo	31,40	2.363,54	3711	4
11	Wonoayu	33,92	2.273,76	3353	4
12	Tarik	36,06	1.743,23	3143	4
13	Prambon	34,23	2.255,51	3860	4
14	Taman	31,54	6.878,88	9040	4
15	Waru	30,32	7.365,86	13137	4
16	Gedangan	24,06	5.056,53	811	4
17	Sedati	79,43	1.161,85	5768	4
18	Sukodono	32,68	3.190,45	5488	6
Jumlah/Total 2010		71,27	2.825,60	5717	4
	Tahun 2009	714,27	2.751,00	5566	4
	Tahun 2008	714,27	2.522,00	5103	4
	Tahun 2007	714,27	2.220,95	4494	3
	Tahun 2006	714,27	2.073,00	4194	3

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2011



Gambar 4.1 Orientasi Kabupaten Sidoarjo Terhadap Jawa Timur

C. Guna Lahan

Penggunaan lahan yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo terdiri dari pekarangan sampai dengan kolam. Berikut ini tabel tentang penggunaan lahan di Kabupaten Sidoarjo:

Tabel 4.2 Penggunaan Tanah (Ha) Menurut Kecamatan Tahun 2010

No	Kecamatan	Pekarangan	Tegal	Ladang	Padang Rumput	Sementara tidak ditanami	Hutan Rakyat & Negara	Perkebunan	Lain-lain	Rawa	Tambak	Kolam	Luas Bencana
1	Sidoarjo	2.029,40	131,90	-	-	-	-	65,10	542,23	-	3.088,20	-	-
2	Buduran	995,23	3,25	-	-	-	77,15	-	497,41	-	1.662,00	5,00	-
3	Candi	1.204,77	85,59	-	-	-	-	-	729,64	-	1.031,00	52,00	-
4	Porong	687,00	25,71	-	-	-	-	-	306,13	183,00	496,30	-	363,98
5	Krembung	712,81	7,71	-	-	-	-	-	366,79	-	-	-	-
6	Tulangan	840,00	0,21	-	-	-	-	-	250,29	-	-	-	-
7	Tanggulangin	917,00	12,24	-	-	-	45,00	-	214,76	-	496,00	-	127,52
8	Jabon	423,73	180,28	-	-	269,58	552,15	-	1.027,26	-	4.230,00	5,00	70,577
9	Krian	1.313,66	33,20	-	-	-	-	-	334,39	-	-	-	-
10	Balombendo	698,00	153,00	-	-	-	335,00	-	198,00	-	-	-	-
11	Wonoayu	619,00	-	-	-	-	-	-	642,02	-	-	-	-
12	Tarik	1.217,00	-	-	-	-	-	-	89,01	-	-	-	-
13	Prambon	515,00	8,00	-	-	-	-	-	693,50	136,00	-	-	-
14	Taman	1.372,58	117,00	-	-	-	-	-	354,90	-	-	2,00	-
15	Waru	1.563,00	332,00	-	-	-	-	-	33,00	-	438,00	58,00	-
16	Gedangan	337,00	-	-	-	-	-	-	1.309,00	-	-	-	-
17	Sedati	3.097,00	-	-	-	-	-	-	114,00	-	4.100,00	2,00	-
18	Sukodono	1.098,50	163,00	-	-	-	-	-	67,25	-	-	-	-
Jumlah/Total 2010		19.640,68	1.253,09	-	-	269,58	1.009,30	65,10	7.769,58	319,00	15.541,50	124,00	562,077

Sumber: Badan Pusat Statistik Kabupaten Sidoarjo, Kabupaten Sidoarjo Dalam Angka 2011

D. Pariwisata

Pariwisata yang terdapat di Kabupaten Sidoarjo memiliki berbagai jenis dan macam sesuai dengan kebutuhan wisatawan yang ingin melakukan kegiatan berwisata.

1. Jenis Pariwisata Kabupaten Sidoarjo

Jenis pariwisata yang ada di Kabupaten Sidoarjo beragam, seperti wisata budaya, wisata religi, wisata bahari, wisata industri, wisata kuliner, wisata belanja, wisata budaya, dan wisata olahraga.

Tabel 4.3 Jenis dan Lokasi Wisata di Kabupaten Sidoarjo

No.	Wisata	Jenis Wisata	Lokasi Kecamatan
1	Museum Mpu Tantular	Wisata Budaya	Buduran
2	Patung H. R. M Mangoendiprodjo	Wisata Budaya	Buduran
3	Makam Putri Ayu Sekardadu	Wisata Religi	Buduran
4	Kepetingan	Wisata Bahari	Buduran
5	Kampung Sayangan	Wisata Industri	Candi
6	Bursa Kupang Lontong	Wisata Kuliner	Gedangan
7	Kampung Sandal dan Sepatu	Wisata Belanja	Gedangan, Krian
8	Kampung Krupuk Kadungrejo	Wisata Industri	Jabon
9	Kampung Jajanan	Wisata Kuliner	Krembung
10	Batu Prasasti	Wisata Budaya	Krian
11	Candi Pari	Wisata Budaya	Porong
12	Kolam Pancing Sedati	Wisata Olahraga	Sedati
13	Nyadran	Wisata Budaya	Sedati, Candi, Buduran
14	Waterpark	Wisata Olahraga	Sidoarjo
15	Pendopo Delta Wibawa	Wisata Konvensi	Sidoarjo
16	GOR Gelora Delta Sidoarjo	Wisata Olahraga	Sidoarjo
17	Tugu Alun-Alun Sidoarjo	Wisata Budaya dan Kuliner	Sidoarjo
18	Masjid Agung Sidoarjo	Wisata Religi	Sidoarjo
19	Galeri Seni dan Kerajinan Dekranasda	Wisata Belanja	Sidoarjo
20	Kolam Renang Sendang Delta	Wisata Olahraga	Sidoarjo
21	Put-Put Golf	Wisata Olahraga	Sidoarjo
22	Intako	Wisata Belanja	Tanggulain
23	Kampung Batik	Wisata Belanja	Tulangan, Sidoarjo
24	Sentra Perajin Logam Ngingas	Wisata Industri	Waru
25	Candi Ngoro	Wisata Budaya	Wonoayu

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Sidoarjo, 2010

2. Pengembangan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo

Sebelum terjadi semburan lumpur panas, daerah Sidoarjo merupakan tujuan investasi yang menjanjikan karena letak geografisnya yang berdekatan dengan pusat bangkitan ekonomi dan perdagangan, yaitu Kota Surabaya. Daya tarik inilah yang memberikan harapan akan bangkitnya industri wisata di Kabupaten Sidoarjo.

Pengelolaan yang dilakukan saat ini masih bersifat konvensional dan pasif, yang artinya pengelola tempat wisata belum memperlakukan tempat wisata tersebut sebagai

produk-produk industri yang bernilai jual (Bappeda Kabupaten Sidoarjo, 2010). Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sidoarjo tahun 2009-2029, kawasan wisata merupakan kawasan yang dominansi pemanfaatannya untuk kegiatan-kegiatan wisata dan rekreasi. di bidang pariwisata dilakukan dalam rangka mewujudkan Sidoarjo sebagai salah satu daerah tujuan wisata dan pusat pelayanan jasa pariwisata dalam skala Regional, Nasional dan Internasional. Kawasan wisata di daerah antara lain berupa wisata bahari/pantai, wisata pertanian (agrowisata) dan wisata perikanan, yang pembangunannya dilakukan sebagai berikut :

- a. Wisata bahari/pantai ditetapkan pada SSWP V yaitu di pantai timur Kabupaten dimana pembangunannya harus tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan ekosistem di wilayah pantai/pesisir; Pantai Kepetingan di Kecamatan Buduran dan Pantai Gesik Cemandi di Kecamatan Candi, serta Pulau Dem
- b. Wisata pertanian (agrowisata) berada pada SSWP IV yang juga berfungsi sebagai pusat pengembangan pertanian dalam bentuk kawasan Agropolitan.
- c. Wisata perikanan berada pada SSWP V yang juga berfungsi sebagai pusat pengembangan budidaya perikanan dalam bentuk kawasan Kawasan Pengembangan Utama Komoditi (KAPUK) perikanan .
- d. Wisata budaya berupa situs candi berada di Kecamatan Candi, Kecamatan Tulangan, Kecamatan Krembung, Kecamatan Wonoayu, Kecamatan Krian, Kecamatan Tarik, Kecamatan Krian, Prambon, Sukodono, Kecamatan Porong, Kecamatan Sedati dan Kecamatan Buduran
- e. Wisata Minat Khusus berada di Kecamatan Sidoarjo, Kecamatan Tanggulangin, Kecamatan Buduran, Kecamatan Candi, Kecamatan Tulangan, Kecamatan Waru, Kecamatan Sedati
- f. Kawasan Wisata Air, terdapat di Kecamatan Buduran Desa Pagerwojo, Kecamatan Tarik Desa Mliriprowo dan Kedungbocok.

Rencana pemantapan kawasan wisata, perlu memperhatikan beberapa hal, antara lain :

- Penataan dan pengendalian kawasan wisata dan sekitarnya diatur secara khusus dalam perencanaan kawasan tata ruang wisata.
- Pengembangan kawasan wisata perlu memperhatikan pembangunan fasilitas penunjang, prasarana dan sarana seperti jalan.
- Pengembangan wisata terpadu dengan menggunakan sistem yang terpadu dan sinergis.

3. Rencana Pengembangan Pariwisata Kabupaten Sidoarjo Berdasarkan RTRW 2009-2029

Rencana kawasan pariwisata yang mendapatkan prioritas pengembangan adalah wisata pantai di Pantai Timur Sidoarjo, wisata candi, Wisata Makam Dewi Sekardadu dan wisata air sungai kepetingan, wisata belanja, Miniatur Jawa Timur dan Wisata Kerajinan Tanggulangin, Pasar Induk di Jemundo, Bandara Juanda dan pelabuhan ikan.

Indikasi program sektor pariwisata pada pemanfaatan Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Sidoarjo, terdiri dari :

- a. Program pengembangan obyek wisata (wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, wisata Bahari, wisata religi, wisata konvensi dan belanja);
- b. Program pengembangan sarana dan prasarana wisata
- c. Program pengembangan wisata bahari (Kawasan Strategis Pesisir)

4.1.2 Gambaran Umum Lumpur Sidoarjo

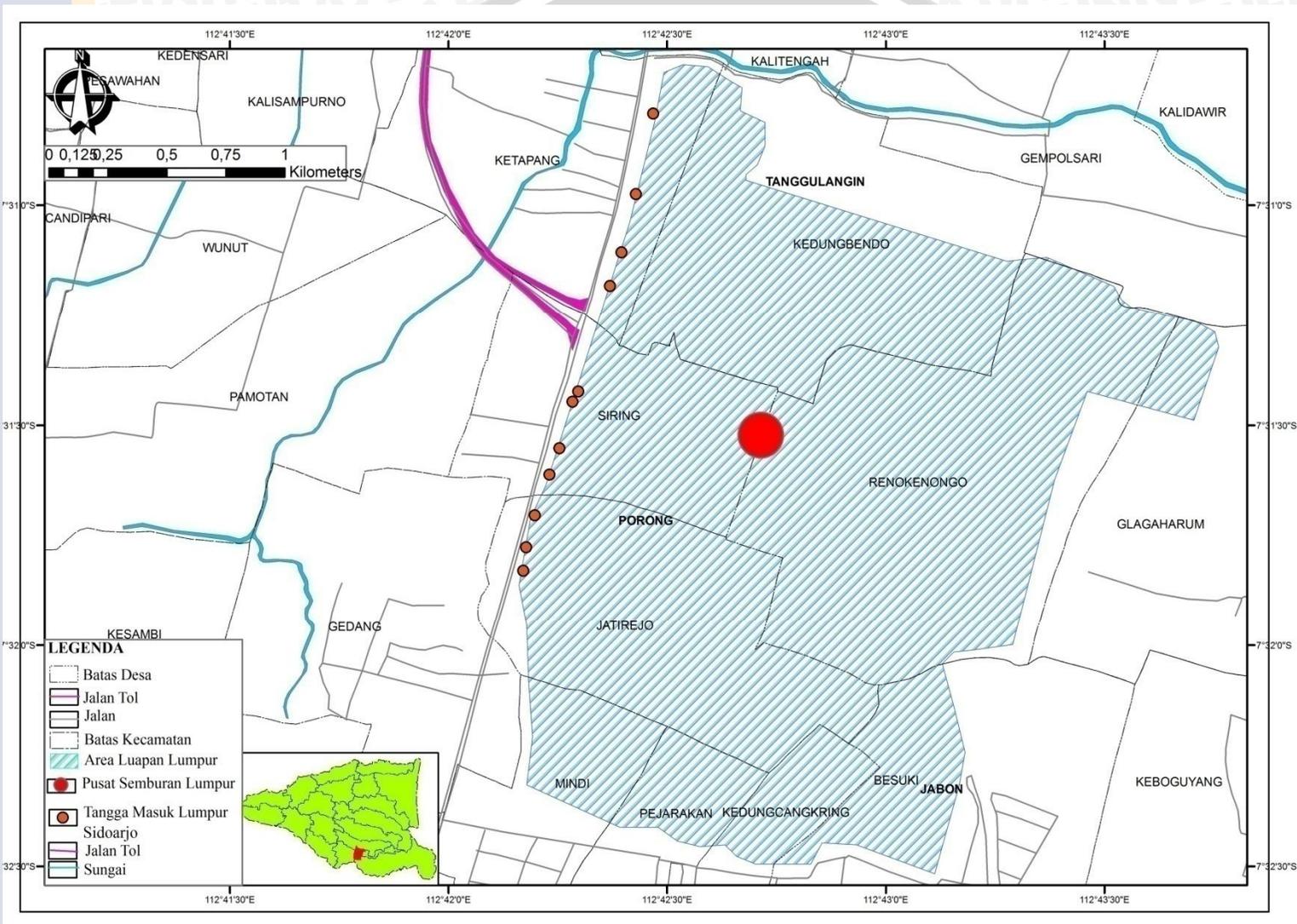
A. Batas Admisitrasi

Berikut ini merupakan batas-batas administrasi dari fenomena bencana Lumpur Sidoarjo Sidoarjo:

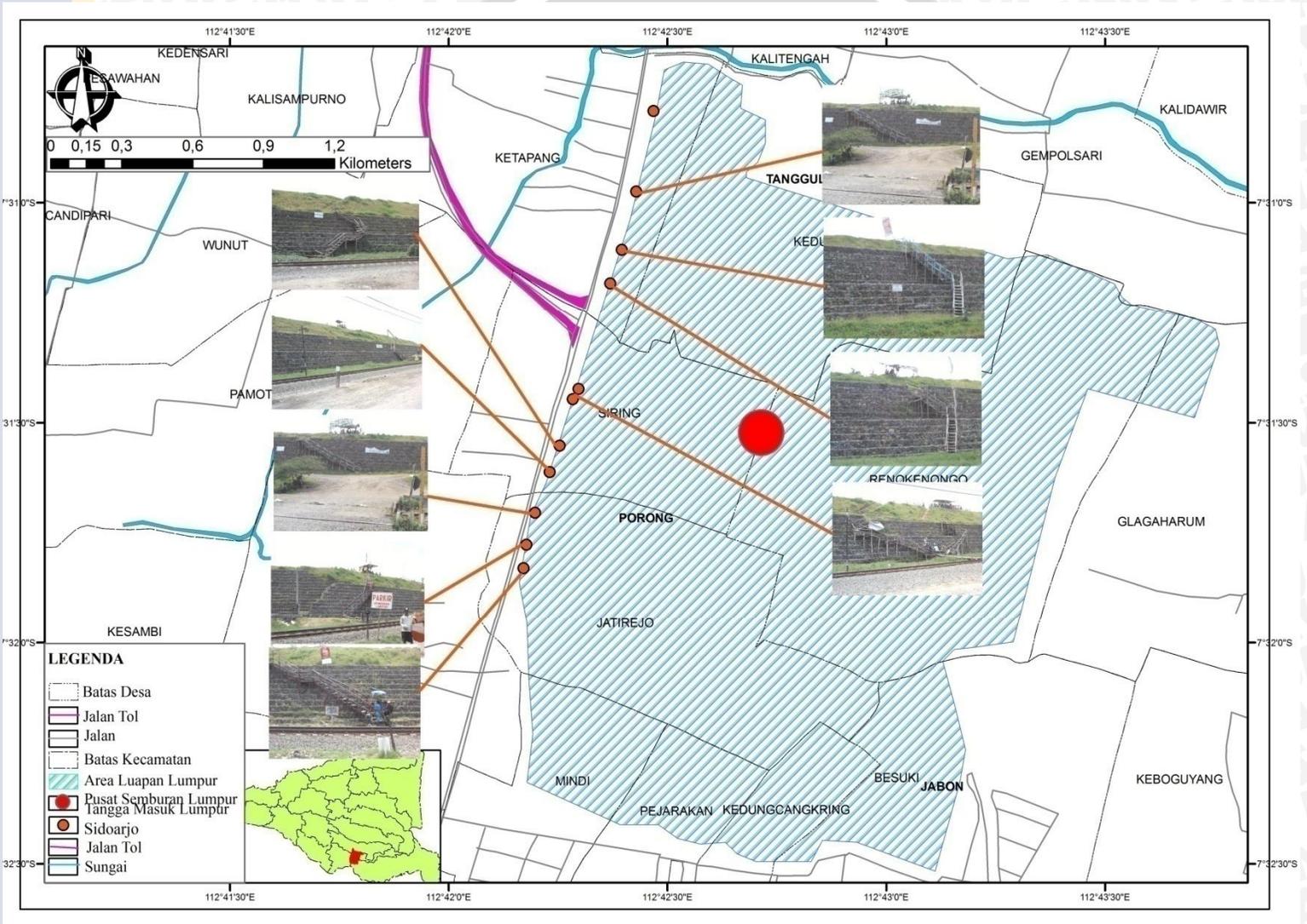
Sebelah Utara	: Kecamatan Tanggulangin
Sebelah Timur	: Kelurahan Glagah Harum
Sebelah Selatan	: Kelurahan Mindi dan Kelurahan Jabon
Sebelah Barat	: Kelurahan Pamotan dan Kelurahan Gedang

Lumpur Sidoarjo menggenangi desa dan juga kecamatan yang berada di Kabupaten Sidoarjo. Seperti Desa Siring, Desa Renokenongo, Desa Mindi, Desa Jatirejo, Desa Kedungcangkring, Desa Kedungbendo, Desa Besuki, Desa Glagaharum, dan Desa Pejarakan. Luas dari kolam Lumpur Sidoarjo/area bencana adalah seluas 566,31 Ha yang dapat dilihat pada Gambar 4.2.

Lumpur Sidoarjo memiliki 11 pintu masuk untuk wisatawan yang berupa anak tangga dan juga jalan tanah yang dapat dilihat pada Gambar 4.3.



Gambar 4.2 Lokasi Lumpur Sidoarjo Sidoarjo



Gambar 4.3 Tangga Masuk/Pintu Masuk Wisatawan di Lumpur Sidoarjo

B. Atraksi Lumpur Sidoarjo

Pengertian *disaster tourism* menurut Aleksandr Gorbenko (2010) adalah sub kategori pariwisata kesedihan, atau lebih umum dikenal dengan *dark tourism*. Menurut Titta Niemela (2010), *dark tourism* adalah gabungan berlapis-lapis sejarah dan warisan, pariwisata dan tragedi. Menurut *The Dark Tourism Forum* (2005) dalam Aleksandr Gorbenko (2010), *dark tourism* adalah tindakan bepergian dan mengunjungi ke berbagai tempat di seluruh dunia, dimana kematian atau tindakan mematikan terjadi. Berikut ini merupakan beberapa contoh *dark tourism* di beberapa negara di dunia dengan berbagai macam permasalahan yang berbeda-beda:

a. Haiti as a Potential Disaster Tourism Destination (Aleksandr Gorbenko, 2010)

Haiti menjadi tempat potensial bagi kedatangan wisatawan. Hal ini karena telah terjadi gempa dahsyat yang pernah terjadi di Haiti. Oleh karena itu Haiti disebut sebagai *dark tourism* karena mengingatkan pernah ada bencana gempa dahsyat yang pernah terjadi.

b. House of Terror Museum in Budapest, Hungary (Titta Niemela, 2010)

Museum ini didirikan sebagai monumen untuk mengenang tawanan, disiksa dan dibunuh di bangunan tersebut di bawah kekuasaan Nazi dan pemerinthan Komunis selam dan setelah perang dunia kedua.

Berdasarkan contoh kasus tersebut, diketahui bahwa di Indonesia juga terdapat jenis wisata *Dark Tourism* yaitu Lumpur Sidoarjo, hal ini dikarenakan kondisi dari Lumpur Sidoarjo yang berbahaya menarik banyak wisatawan untuk datang melihat. Lumpur Sidoarjo saat ini sudah menjadi salah satu daerah tujuan wisata yang ada di Kabupaten Sidoarjo, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara yang datang di Lumpur Sidoarjo. Ramainya wisatawan yang datang menyebabkan lokasi kolam Lumpur Sidoarjo menjadi lebih berkembang dibandingkan sebelum-sebelumnya. Adanya berbagai atraksi yang dapat dilakukan wisatawan, seperti *something to see*, *something to do* dan *something to buy*. Terlebih lagi dengan kondisi arus lalu lintas yang sudah cukup baik karena dibukanya jalur arteri baru, mempermudah aksesibilitas bagi wisatawan untuk datang, sehingga dijadikan sebagai salah satu daerah tujuan wisata bagi wisatawan.

Kondisi dari Lumpur Sidoarjo yang saat ini sudah mulai mengering menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan tentunya juga menambah atraksi yang ditawarkan dibandingkan sebelumnya. Hal ini menjadikan nilai positif untuk dapat

menjadi salah satu daerah tujuan wisata bagi wisatawan. Berikut ini merupakan atraksi yang terdapat di Lumpur Sidoarjo:

Tabel 4.4 Atraksi Lumpur Sidoarjo

No	Atraksi	Analisis	Foto
Wisata Lumpur Sidoarjo			
1.	Melihat pemandangan lumpur (matahari tenggelam, reruntuhan bangunan)	<p>Something to see</p> <p>Melihat pemandangan lumpur yang mulai mengeras dengan adanya tanaman yang mulai tumbuh di sekitar lumpur atau wisatawan juga dapat melihat atap dari rumah-rumah penduduk yang sudah tenggelam karena lumpur. Selain itu juga dapat melihat pengerukan lumpur. Banyaknya burung belibis yang berada di kolam Lumpur Sidoarjo juga menjadi suatu pemandangan yang indah ditambah lagi melihat matahari tenggelam di atas kolam Lumpur Sidoarjo. Selain menyuguhkan berbagai pemandangan yang indah, Lumpur Sidoarjo juga memiliki beberapa tempat yang dapat dikunjungi seperti makam, menara pantau, bekas kantor yang sudah dicorat-coret dan rusak oleh masyarakat yang demo dan juga wisatawan dapat melihat sungai yang terbentuk di atas Lumpur Sidoarjo.</p>	    

No	Atraksi	Analisis	Foto
----	---------	----------	------

2.

Berfoto

Something to do

Berfoto di lumpur dapat dilakukan dengan menggunakan peralatan wisatawan sendiri atau juga menggunakan jasa tukang foto yang sudah ada di lokasi. Hasil dari jepretan tukang foto tersebut bisa dapat dicetak langsung sehingga wisatawan hanya perlu menunggu hasil cetakan foto keluar.



No	Atraksi	Analisis	Foto
	Penelitian	Penelitian juga sering dilakukan. Penelitian ini juga menambah pengetahuan bagi kaum pelajar mengenai fenomena alam yang terjadi.	
	Berkeliling	Berkeliling lumpur juga dapat dilakukan dengan menggunakan kendaraan pribadi atau juga memanfaatkan jasa ojek keliling yang telah ada. Ojek tersebut akan mengajak wisatawan berkeliling kolam lumpur. Hanya saja untuk biaya yang harus dikeluarkan wisatawan untuk dapat berkeliling cukup mahal yaitu Rp 20.000 per orang. Sehingga banyak wisatawan lebih memilih untuk menikmati pemandangan dan juga berfoto dibandingkan dengan berkeliling.	
3.	Warung dan PKL	Something to buy Tersedia warung dan PKL yang terletak di bawah kolam lumpur maupun di atas kolam lumpur. Pedagang tersebut menyediakan makanan, minuman, dan penjual CD tentang kondisi Lumpur Sidoarjo.	 

Sumber: Hasil Survei Primer, 2012

C. Sejarah Lumpur Sidoarjo

Sejarah awal dari fenomena Lumpur Sidoarjo ini sendiri dapat dijelaskan menjadi dua macam, yaitu Aspek Geologi (awal kejadian dan perkembangannya) dan dampak yang ditimbulkan dari Lumpur Sidoarjo. Berikut ini merupakan penjelasan lebih lanjut mengenai sejarah Lumpur Sidoarjo (BPLS, Review Rencana Strategis 2010-2014):

1) Aspek Geologi

Semburan lumpur panas di Desa Siring, Kecamatan Porong, Kabupaten Sidoarjo, berjarak sekitar 200 meter dari sumur pengeboran gas Banjar Panji 1 di Desa Renokenongo yang terjadi sejak tanggal 29 Mei 2006 telah berdampak luas terhadap sendi-sendi kehidupan dan penghidupan masyarakat di sekitarnya. Volume lumpur yang keluar ke permukaan meningkat dari sekitar 5.000 m³/hari pada Bulan Juni 2006 menjadi 50.000 m³/hari menjelang akhir tahun 2006, dan terus meningkat menjadi 100.000-180.000 m³/hari pada tahun 2007.

Semburan lumpur ini merupakan fenomena geologi yang dikenal sebagai gunung lumpur (*mud volcano*), yakni keluarnya lumpur yang berasal dari lapisan bawah permukaan. Padatan lumpur yang keluar berasal dari formasi Kalibeng pada kedalaman sekitar antara 1000-3000 meter. Lumpur yang keluar di permukaan adalah campuran air, padatan, dan gas. Lumpur mempunyai temperatur sekitar 97°C di permukaan ketika diukur pada tahun 2006-2009.



Gambar 4.4 Fenomena Lumpur Sidoarjo Tahun 2012

Fenomena semburan lumpur panas di Sidoarjo dapat dikatakan sebagai bentuk bencana baru, karena belum pernah terjadi sebelumnya. Ada dua faktor yang membedakan dengan bencana yang sudah pernah terjadi di dunia, yaitu sumber bencana yang tidak jelas kapan akan berhenti dan pandangan bahwa semburan lumpur tersebut termasuk kategori bencana alam atau non alam. Kedua hal ini menjadi kontroversi hingga kini.

2) Dampak Lumpur Sidoarjo

Pada awal penanganan semburan dan luapan lumpur oleh Bapel-BPLS, berdasarkan data yang disampaikan oleh TimNas, jumlah korban dan kerugian yang diakibatkan oleh bencana semburan dan luapan lumpur Sidoarjo adalah:

- Tenggelamnya rumah, fasilitas umum, pabrik, lahan pertanian, kantor, bangunan sekolah.
- Rusaknya infrastruktur kereta api

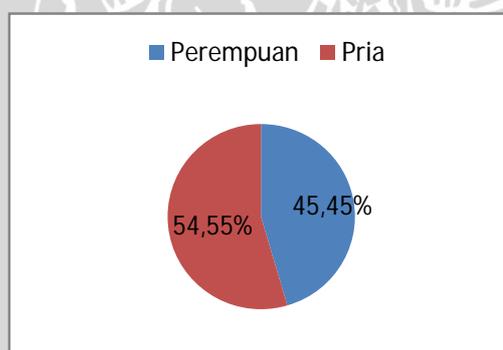
- Terputusnya ruas jalan tol Porong-Gempol
- Pada tanggal 24 September 2011, diketahui luas dari Lumpur Sidoarjo adalah 800 hektar (Liputan6.com, Sidoarjo).

4.2 Karakteristik Wisatawan Sosio-Demografis

Berdasarkan pada hasil penelitian, diketahui bahwa terdapat wisatawan yang memiliki tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo dan juga terdapat wisatawan yang memiliki tujuan utama bukan ke Lumpur Sidoarjo (transit). Dari hasil pembagian kuisioner diketahui bahwa 31% merupakan wisatawan dengan tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo dan sisanya yaitu 69% merupakan wisatawan dengan tujuan utama perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo (transit). Berikut ini merupakan penjelasan dari karakteristik wisatawan sosio-demografis Lumpur Sidoarjo:

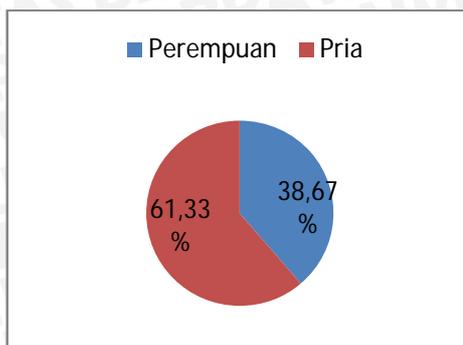
4.2.1 Karakteristik Wisatawan Sosio-Demografis Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Jenis Kelamin

Wisatawan yang datang dengan tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo paling banyak adalah wisatawan pria, yaitu 54,55%. Sedangkan untuk wisatawan perempuan sebanyak 45,45%.



Gambar 4.5 Jenis Kelamin Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Sedangkan untuk wisatawan yang memiliki tujuan utama perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo paling banyak yang datang adalah dari wisatawan pria, yaitu 61,33%. Wisatawan perempuannya sebanyak 38,67%.

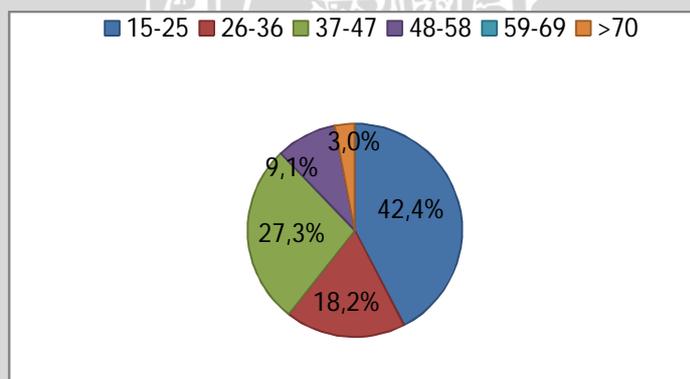


Gambar 4.6 Jenis Kelamin Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

Berdasarkan pada kedua gambar tersebut diketahui bahwa wisatawan yang paling banyak datang adalah wisatawan dengan jenis kelamin pria, baik wisatawan dengan tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo maupun wisatawan yang hanya transit. Untuk wisatawan perempuan lebih memilih datang bersama keluarga, teman atau rombongan dibandingkan dengan datang sendiri ke Lumpur Sidoarjo.

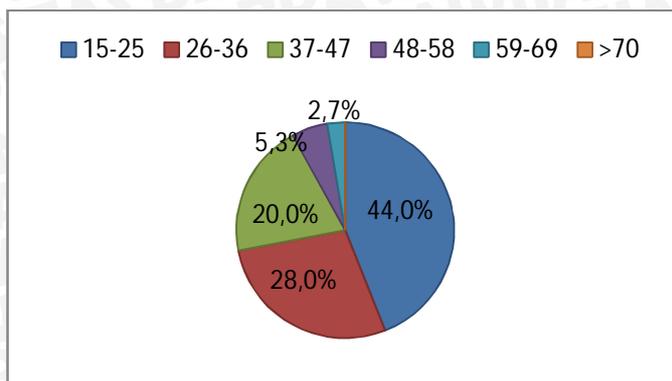
4.2.2 Karakteristik Wisatawan Sosio-Demografis Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Umur

Wisatawan dengan tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo paling banyak yang datang adalah wisatawan dengan umur 15-25 tahun, yaitu 42,4%. Kemudian umur wisatawan paling banyak berikutnya adalah 37-47 tahun sebesar 27,3%. Dan yang paling sedikit adalah wisatawan dengan umur >70 tahun, yaitu 3,0%.



Gambar 4.7 Umur Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Sedangkan untuk wisatawan dengan tujuan utama perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo, wisatawan yang datang paling banyak adalah wisatawan dengan umur 15-25 tahun, yaitu 44,0%. Dan wisatawan dengan umur 59-69 tahun merupakan wisatawan yang paling sedikit dengan persentase 2,7%.

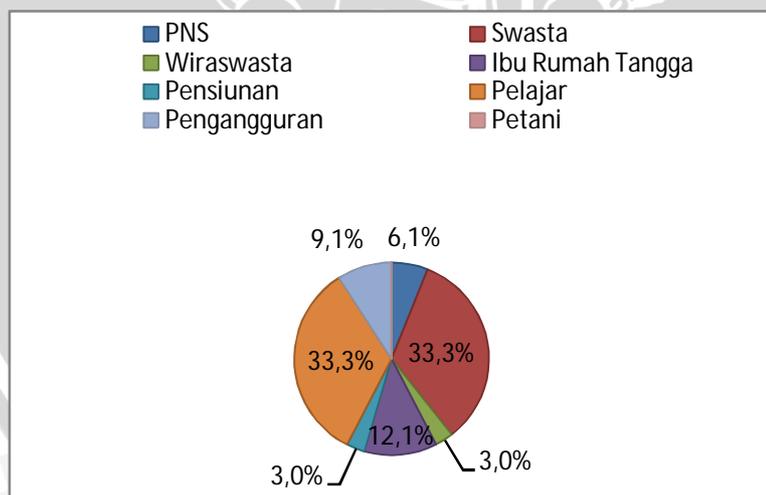


Gambar 4.8 Umur Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

Berdasarkan kedua gambar tersebut, diketahui bahwa wisatawan yang paling banyak datang adalah wisatawan dengan umur 15-25 tahun. Wisatawan yang datang tidak hanya anak-anak dan remaja saja melainkan juga orang tua dengan umur >70 tahun juga bisa datang ke Lumpur Sidoarjo.

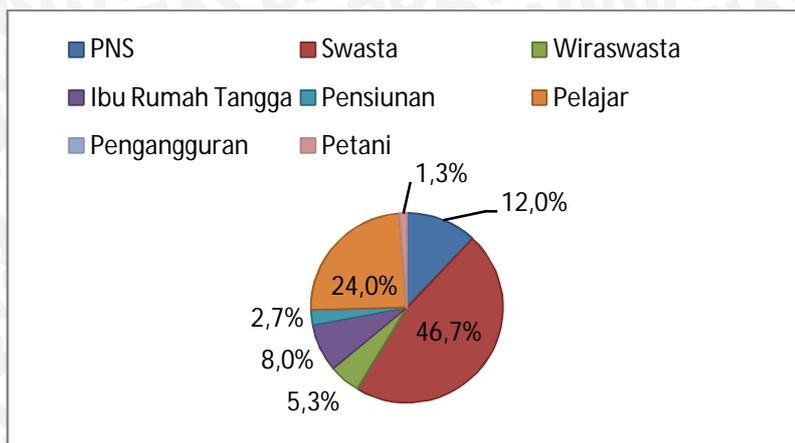
4.2.3 Karakteristik Wisatawan Sosio-Demografis Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Pekerjaan

Wisatawan yang memiliki tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo paling banyak memiliki pekerjaan pegawai swasta dan sebagai pelajar, yaitu 33,3%. Dan jenis pekerjaan wisatawan yang paling sedikit adalah sebagai wiraswasta dan pensiunan, yaitu 3,0%.



Gambar 4.9 Pekerjaan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Sedangkan untuk wisatawan yang memiliki tujuan utama bukan ke Lumpur Sidoarjo paling banyak bekerja sebagai pegawai swasta 46,7% dan yang paling sedikit adalah wisatawan dengan pekerjaan sebagai petani, yaitu 1,3%.

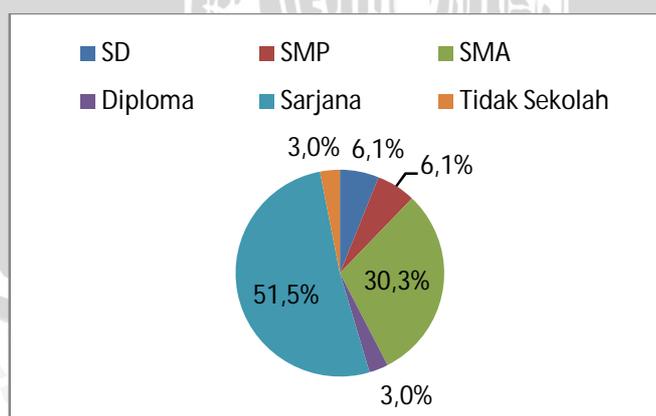


Gambar 4.10 Pekerjaan Wisatawan dengan Tujuan Utama bukan ke Lumpur Sidoarjo

Berdasarkan gambar tersebut, diketahui bahwa wisatawan yang datang paling banyak adalah wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta baik wisatawan yang memiliki tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo maupun yang hanya transit. Wisatawan yang datang juga tidak hanya berasal dari pegawai swasta saja, melainkan juga wisatawan dengan pekerjaan sebagai pelajar, PNS, ibu rumah tangga, pengangguran, pensiunan, petani dan wiraswasta.

4.2.4 Karakteristik Wisatawan Sosio-Demografis Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Pendidikan

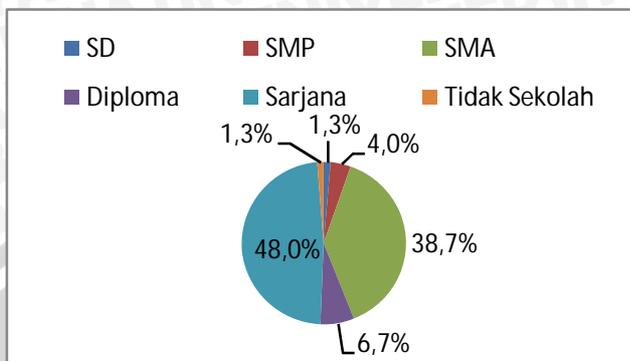
Wisatawan yang memiliki tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo paling banyak datang adalah wisatawan dengan pendidikan sarjana, yaitu 51,%. Sedangkan untuk wisatawan dengan pendidikan diploma dan tidak sekolah memiliki persentase terkecil, yaitu 3,0%.



Gambar 4.11 Pendidikan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Wisatawan yang hanya transit paling banyak berasal dari wisatawan dengan pendidikan sarjana 48,0%. Sedangkan untuk wisatawan dengan pendidikan terakhir SD

dan tidak sekolah merupakan yang paling sedikit, yaitu 1,3%. Sehingga wisatawan yang paling banyak datang merupakan wisatawan dengan pendidikan terakhirnya adalah sarjana baik wisatawan dengan tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo maupun bukan ke Lumpur Sidoarjo.



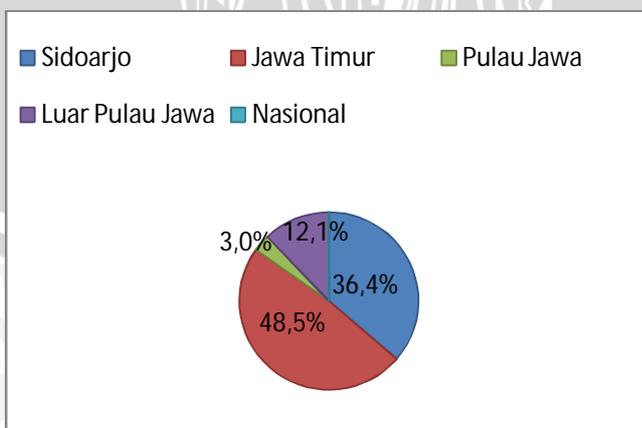
Gambar 4.12 Pendidikan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

4.3 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo

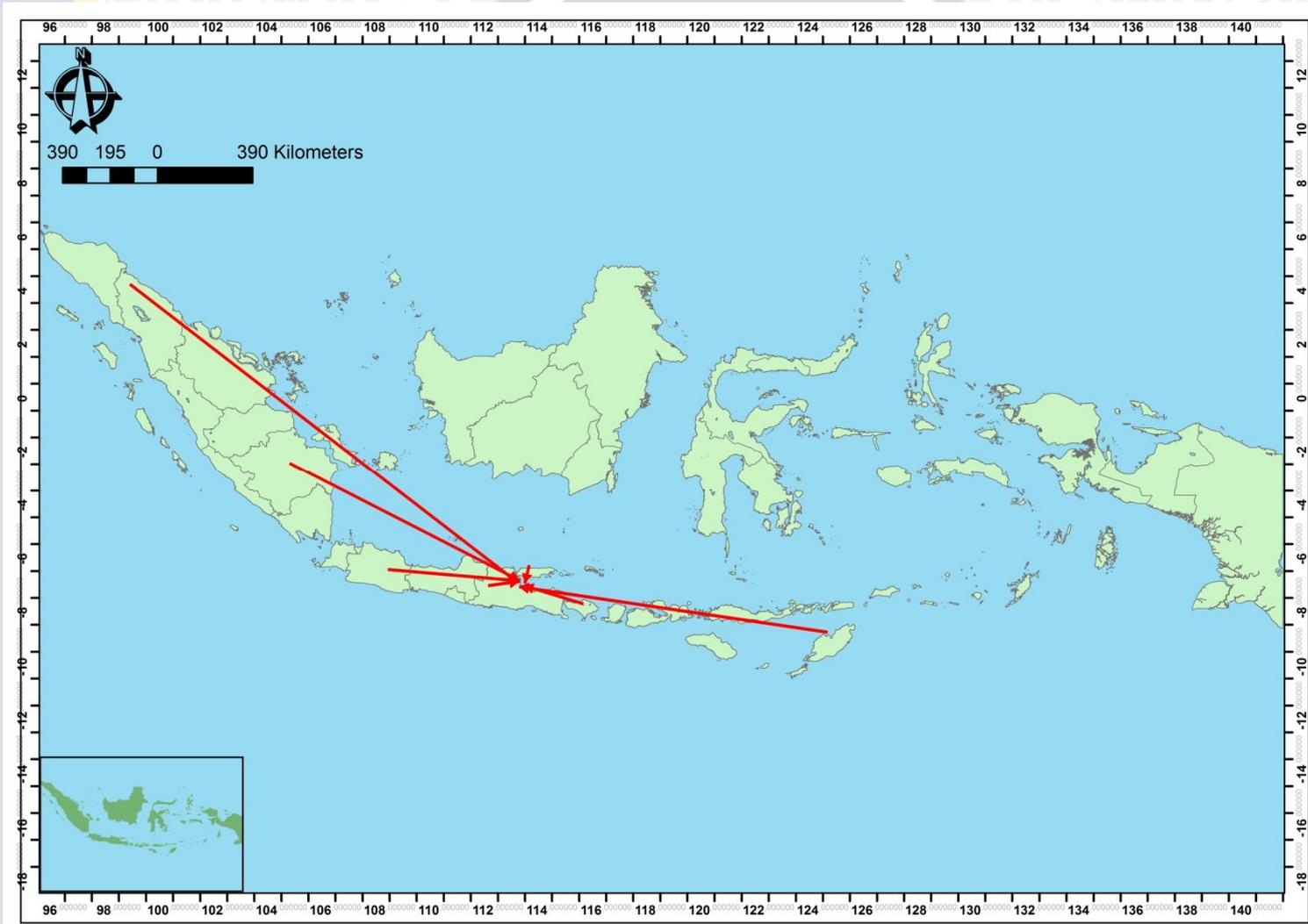
Karakteristik wisatawan akan membahas mengenai karakter dari wisatawan Lumpur Sidoarjo, seperti asal dan tujuan wisatawan, aktivitas wisatawan, jenis kendaraan wisatawan dan lain-lain yang akan dibahas lebih lanjut dibawah ini:

4.3.1 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Asal dan Tujuan

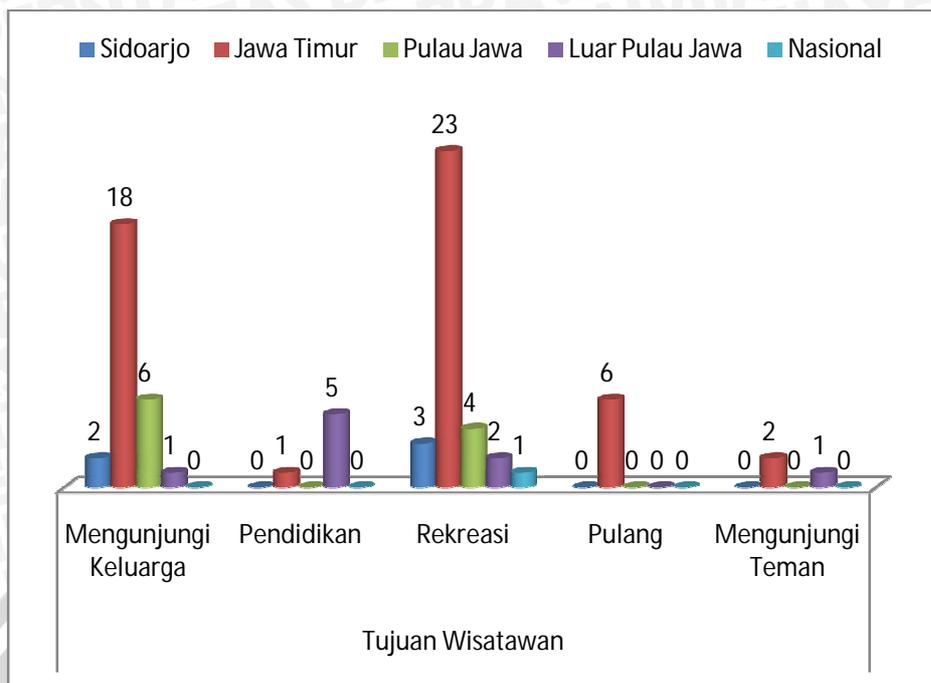
Wisatawan dengan tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo paling banyak berasal dari Jawa Timur, yaitu 48,5%. Setelah itu yang paling banyak kedua adalah dari Sidoarjo 36,4%. Dan yang paling sedikit adalah wisatawan yang berasal dari Pulau Jawa, yaitu 3,0%. Wisatawan yang datang dengan tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo mulai dari Sidoarjo, Jawa Timur, Pulau Jawa dan luar Pulau Jawa.



Gambar 4.13 Asal Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo



Gambar 4.14 Asal Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

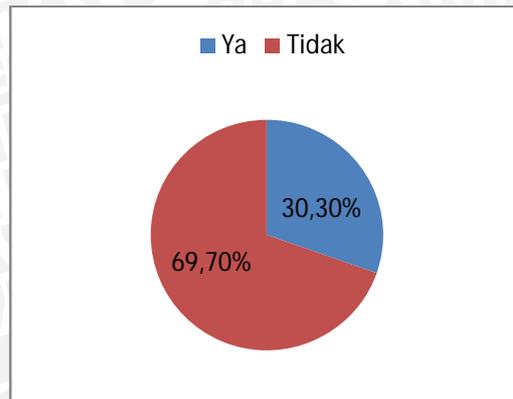


Gambar 4.15 Asal dan Tujuan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

Wisatawan dengan tujuan utama perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo paling banyak berasal dari Jawa Timur dengan tujuan perjalanan untuk rekreasi. Wisatawan yang datang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur, Pulau Jawa, luar Pulau Jawa dan nasional. Lumpur Sidoarjo tidak hanya didatangi oleh wisatawan lokal saja, melainkan juga didatangi oleh wisatawan asing. Sehingga Lumpur Sidoarjo tidak hanya menarik wisatawan lokal melainkan juga dapat menarik wisatawan asing.

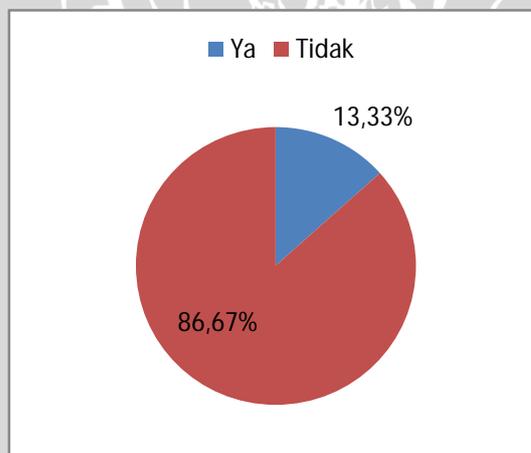
4.3.2 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Kenangan

Wisatawan dengan tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo yang datang tidak hanya wisatawan yang memiliki kenangan di Lumpur Sidoarjo tetapi juga wisatawan yang tidak memiliki kenangan tertentu di Lumpur Sidoarjo. Wisatawan yang paling banyak datang adalah wisatawan yang tidak memiliki kenangan, yaitu 69,70%. Sedangkan wisatawan yang memiliki kenangan sebesar 30,30%.



Gambar 4.16 Kenangan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

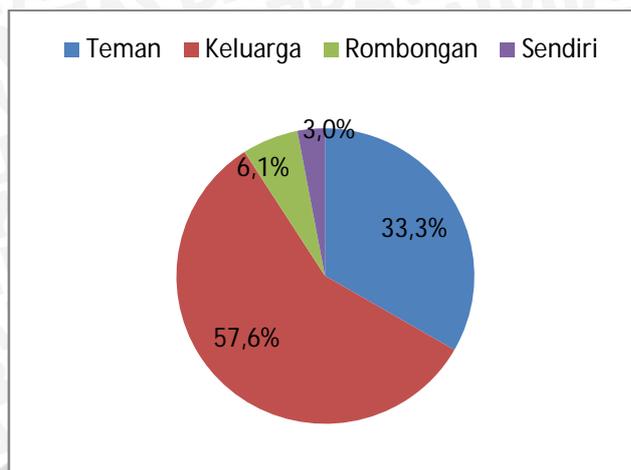
Wisatawan yang hanya transit paling banyak adalah wisatawan yang tidak memiliki kenangan di Lumpur Sidoarjo, yaitu 86,67%. Sedangkan untuk wisatawan yang memiliki kenangan sebesar 13,33%. Dari kedua jenis wisatawan tersebut diketahui bahwa wisatawan yang paling banyak datang adalah wisatawan yang tidak memiliki kenangan tertentu terhadap Lumpur Sidoarjo. Sedangkan untuk wisatawan yang memiliki kenangan adalah wisatawan yang berupa korban, seperti pemilik rumah, memiliki keluarga yang tinggal di lokasi, dan juga tempat kerja. Selain itu juga kenangan wisatawan juga bisa berupa rasa empati dan kenyamanan terhadap keramahan para petugas yang ada di Lumpur Sidoarjo.



Gambar 4.17 Kenangan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

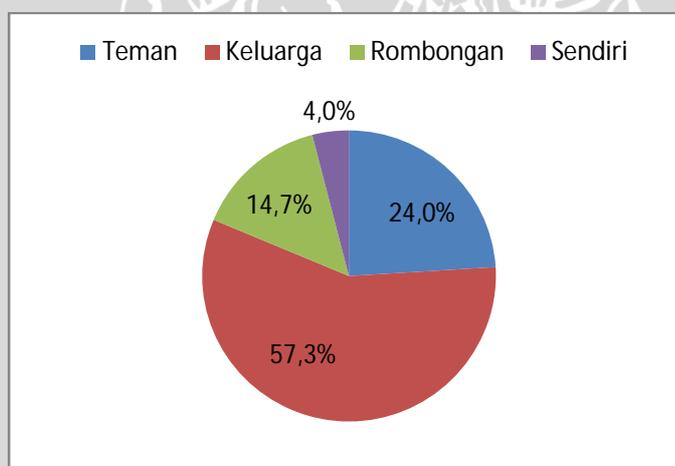
4.3.3 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Teman Perjalanan

Wisatawan dengan tujuan utama paling banyak pergi bersama keluarga mereka, yaitu 57,6%. Sedangkan wisatawan yang datang sendiri sebesar 3,0% dan merupakan persentase terkecil dibandingkan dengan yang lainnya.



Gambar 4.18 Teman Perjalanan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

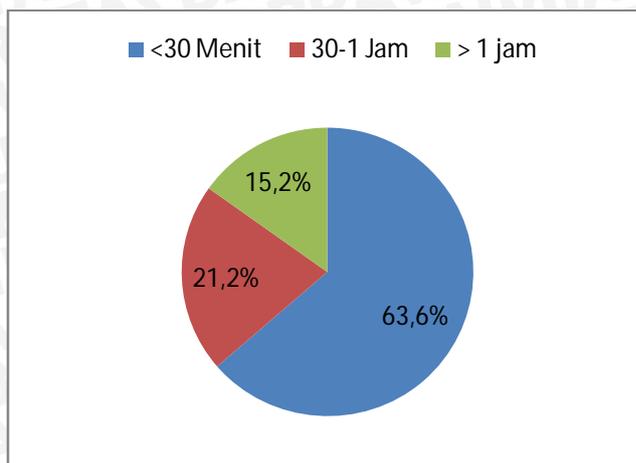
Wisatawan yang hanya transit paling banyak datang bersama keluarga mereka dengan persentase 57,3% dan wisatawan yang datang sendiri dengan persentase 4,0%. Dari kedua wisatawan tersebut diketahui bahwa wisatawan paling banyak datang bersama keluarga mereka yang terdiri ayah, ibu, anak, paman, adik, kakak, sepupu dan keluarga lainnya. Sedangkan wisatawan yang datang bersama rombongan berasal dari rombongan sekolah, organisasi masyarakat, instansi dan lain-lain.



Gambar 4.19 Teman Perjalanan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

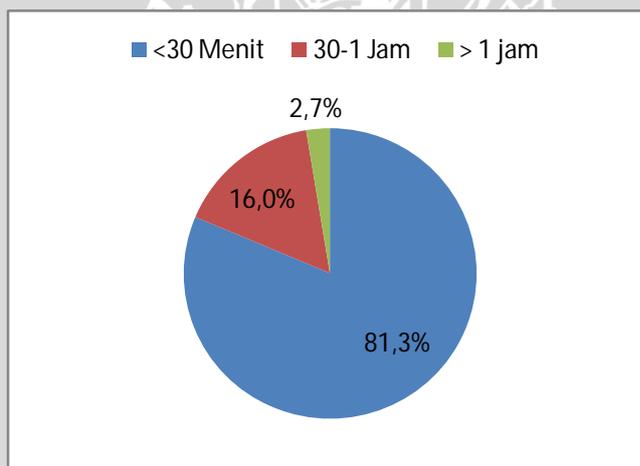
4.3.4 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Lama Kunjungan

Wisatawan dengan tujuan utama paling banyak datang < 30 menit, yaitu 63,6%. Sedangkan untuk wisatawan yang datang > 1 jam, yaitu 15,2% dan merupakan persentase terkecil dibandingkan dengan yang lainnya.



Gambar 4.20 Lama Kunjungan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

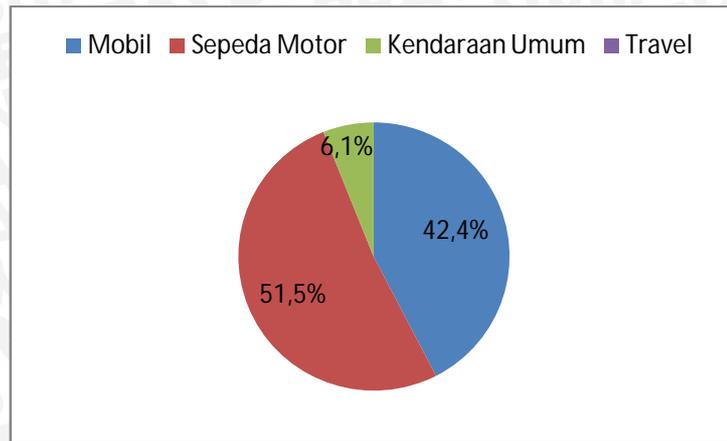
Wisatawan yang hanya transit paling banyak datang hanya < 30 menit dengan persentase 81,3%. Sedangkan untuk wisatawan yang datang > 1 jam sebesar 2,7% dan merupakan persentase terkecil. Dari kedua jenis wisatawan tersebut yang paling banyak datang adalah wisatawan yang datang < 30 menit.



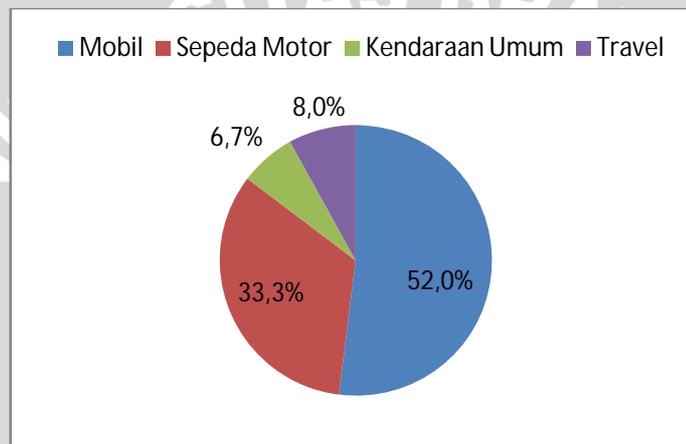
Gambar 4.21 Lama Kunjungan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

4.3.5 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Jenis Kendaraan

Wisatawan dengan tujuan utama paling banyak lebih memilih menggunakan sepeda motor untuk datang ke Lumpur Sidoarjo dengan persentase 51,5%. Sedangkan untuk persentase terkecil adalah wisatawan yang memilih menggunakan kendaraan umum, yaitu 6,1%.



Gambar 4.22 Jenis Kendaraan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumur Sidoarjo



Gambar 4.23 Jenis Kendaraan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumur Sidoarjo

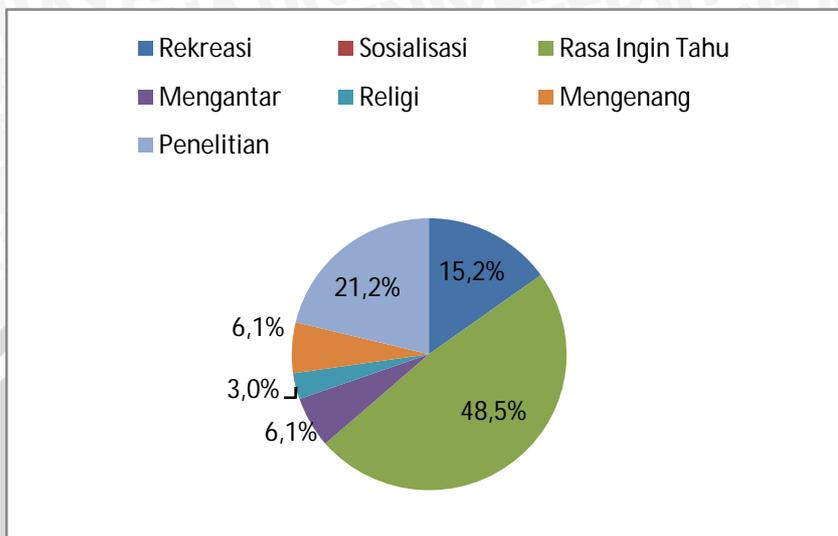
Wisatawan yang hanya transit lebih memilih menggunakan mobil untuk datang ke Lumur Sidoarjo dengan persentase 52,0%. Dilihat dari jenis kendaraan yang digunakan wisatawan tersebut dapat disimpulkan bahwa untuk menuju Lumur Sidoarjo dapat menggunakan berbagai jenis kendaraan yang sesuai dengan keinginan dan juga kebutuhan wisatawan Lumur Sidoarjo.



Gambar 4.24 Jenis Kendaraan Wisatawan Lumur Sidoarjo

4.3.6 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Motivasi

Wisatawan dengan tujuan utama paling banyak terpengaruh oleh motivasi karena rasa ingin tahu, yaitu 48,5%. Sedangkan untuk motivasi yang paling sedikit adalah kegiatan religi, yaitu 3,0%.



Gambar 4.25 Motivasi Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Wisatawan yang hanya transit paling banyak dipengaruhi oleh motivasi karena rasa ingin tahu, yaitu 84,0%. Sedangkan untuk motivasi yang paling kecil adalah motivasi untuk mengenang kejadian yang pernah terjadi di Lumpur Sidoarjo dengan persentase 1,3%. Motivasi mengenang ini biasanya dilakukan oleh para korban Lumpur Sidoarjo.



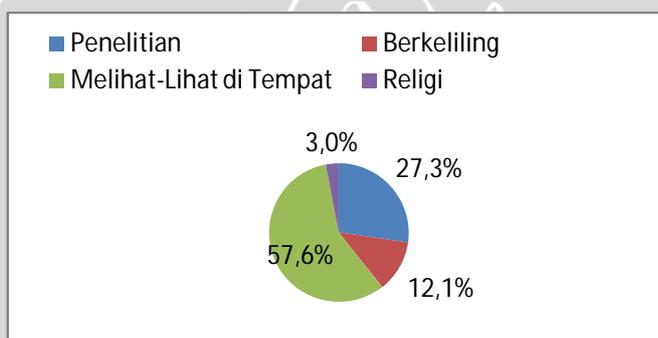
Gambar 4.26 Motivasi Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

4.3.7 Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo Berdasarkan Aktivitas

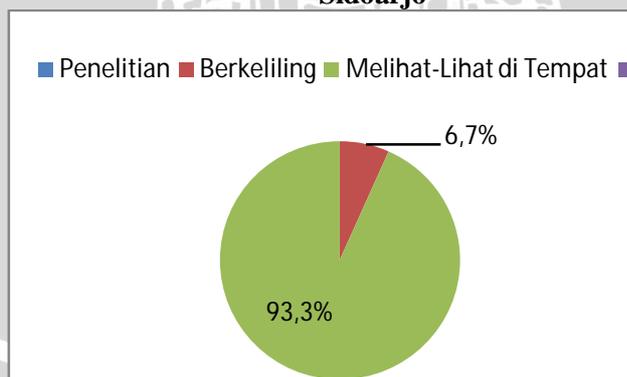
Wisatawan dengan tujuan utama paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat, yaitu 57,6%. Sedangkan untuk aktivitas lainnya seperti ziarah kubur bersama yang sebelumnya melakukan doa bersama lalu menabur bunga di pinggir kolam Lumpur Sidoarjo dengan persentase 3,0%. Ziarah ini dilakukan oleh korban lumpur yang makamnya tenggelam karena lumpur.



Gambar 4.27 Jenis Aktivitas Wisatawan Lumpur Sidoarjo

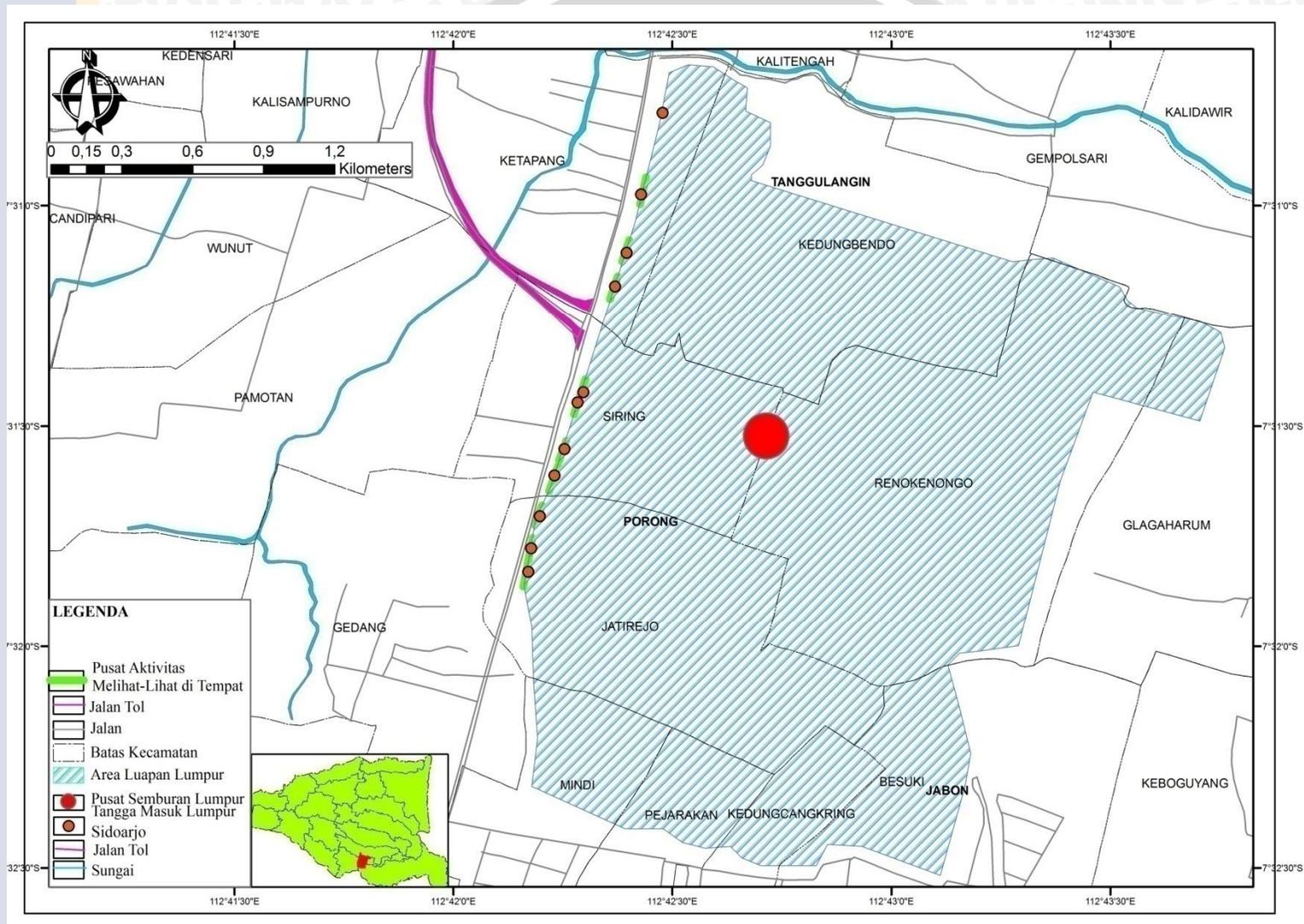


Gambar 4.28 Aktivitas Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

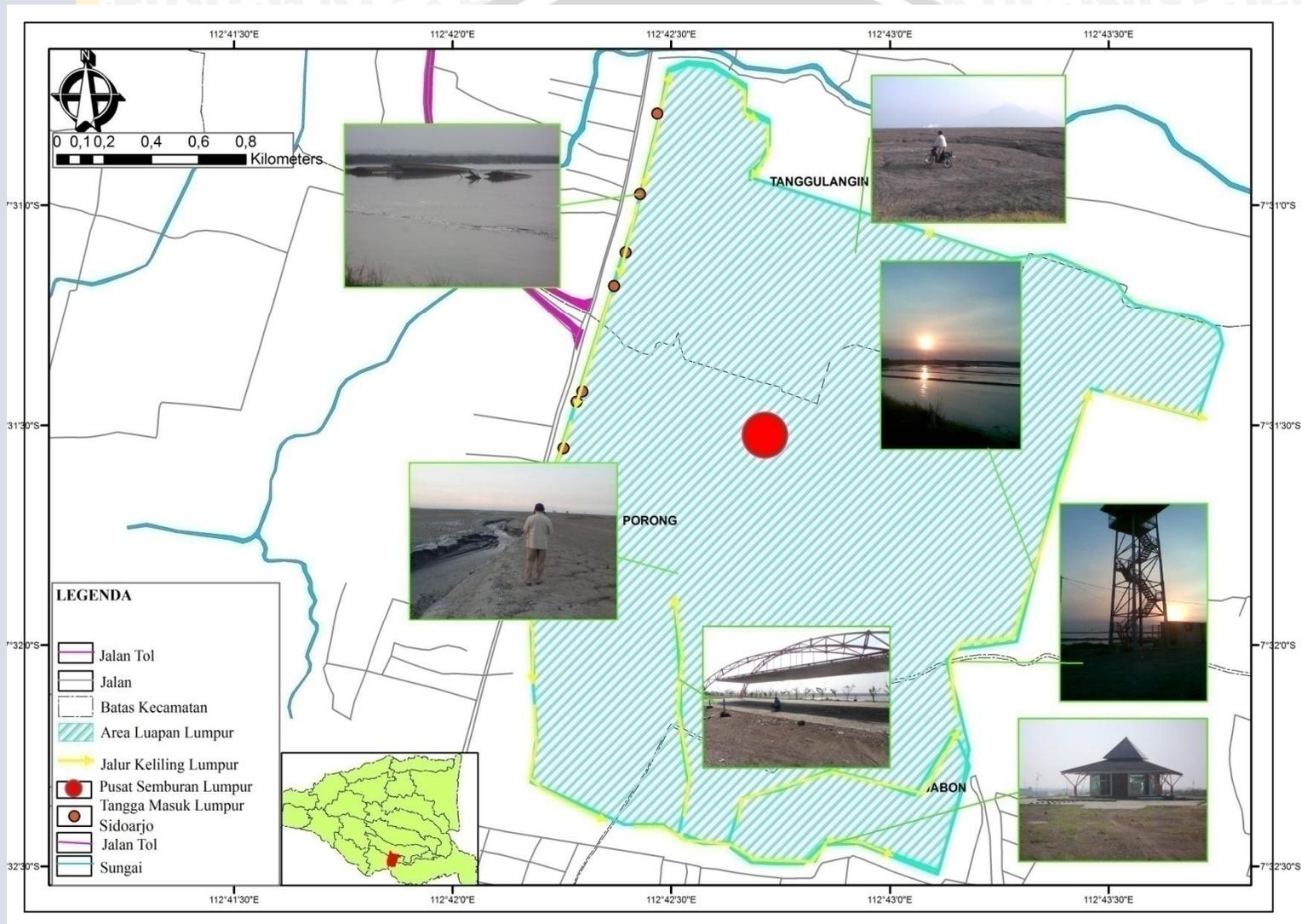


Gambar 4.29 Aktivitas Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo

Wisatawan yang hanya transit lebih memilih aktivitas melihat di tempat selama di Lumpur Sidoarjo, yaitu 93,3%. Sedangkan untuk wisatawan yang berkeliling sebesar 6,7%. Dari kedua jenis wisatawan tersebut, diketahui bahwa wisatawan lebih banyak memilih melihat di tempat selama berada di Lumpur Sidoarjo.



Gambar 4.30 Lokasi/Spot Aktivitas Wisatawan Lumpur Sidoarjo



Gambar 4.31 Jalur Keliling Wisatawan Lumpur Sidoarjo

4.4 Analisis Crosstab Karakteristik Wisatawan Lumpur Sidoarjo

Analisis *crosstab* untuk karakteristik wisatawan dibagi menjadi dua, yaitu untuk wisatawan dengan tujuan utama perjalanan ke Lumpur Sidoarjo dan wisatawan dengan tujuan utama perjalanan selain ke Lumpur Sidoarjo sebagai berikut:

4.4.1 Analisis Crosstab Karakteristik Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Analisis *crosstab* pada wisatawan Lumpur Sidoarjo dibagi menjadi dua variabel, yaitu motivasi dan aktivitas sebagai berikut:

A. Analisis Crosstab Motivasi Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Tabel 4.5 Analisis Crosstab Motivasi Wisatawan

Karakteristik	Motivasi						Keterangan
	Rekreasi	Rasa Ingin Tahu	Mengantar	Religi	Mengenang	Penelitian	
Asal Tujuan Wisatawan							
Sidoarjo	16,7%	50,0%	16,7%	0%	8,3%	8,3%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dari Sidoarjo, Jawa Timur, dan luar Pulau Jawa paling banyak termotivasi karena rasa ingin tahu yaitu 50% Wisatawan dari Pulau Jawa paling banyak termotivasi untuk penelitian yaitu 100%
Jawa Timur	18,8%	50,0%	0%	0%	0%	31,3%	
Pulau Jawa	0%	0%	0%	0%	0%	100%	
Luar Pulau Jawa	0%	50,0%	0%	25,0%	25,0%	0%	
Jawa							
Jenis Kelamin Wisatawan							
Perempuan	28,6%	42,9%	0%	7,1%	14,3%	7,1%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dengan jenis kelamin perempuan dan pria paling banyak termotivasi karena rasa ingin tahu, yaitu 42,9% dan 52,6%
Pria	5,3%	52,6%	10,5%	0%	0%	31,6%	
Umur Wisatawan							
15-25 tahun	7,1%	42,9%	0%	0%	0%	50,0%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dengan usia 15-25 tahun termotivasi untuk melakukan penelitian 50% Wisatawan dengan usia 26-36 tahun
26-36 tahun	33,3%	33,3%	16,7%	0%	16,7%	0%	
37-47 tahun	22,2%	55,6%	11,1%	0%	11,1%	0%	
48-58 tahun	0%	100%	0%	0%	0%	0%	
>70 tahun	0%	0%	0%	100%	0%	0%	

Karakteristik	Motivasi						Keterangan
	Rekreasi	Rasa Ingin Tahu	Mengantar	Religi	Mengenang	Penelitian	
							<p>termotivasi oleh rekreasi dan rasa ingin tahu, yaitu 33,3%</p> <ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dengan usia 37-47 tahun dan usia 48-58 tahun termotivasi oleh rasa ingin tahu, yaitu 55,6% dan 100% Wisatawan dengan usia >70 tahun termotivasi untuk religi yaitu 100%
Pekerjaan Wisatawan							
PNS	100%	0%	0%	0%	0%	0%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dengan pekerjaan sebagai PNS dan ibu rumah tangga paling banyak termotivasi oleh rekreasi, yaitu 100% dan 50% Wisatawan dengan pekerjaan sebagai swasta, wiraswasta dan pengangguran paling banyak termotivasi rasa ingin tahu
Swasta	0%	81,8%	18,2%	0%	0%	0%	
Wiraswasta	0%	100%	0%	0%	0%	0%	
Ibu Rumah Tangga	50,0%	0%	0%	0%	50,0%	0%	
Pensiunan	0%	0%	0%	50,0%	0%	0%	
Pelajar	0%	36,4%	0%	0%	0%	63,6%	
Pengangguran	33,3%	66,7%	0%	0%	0%	0%	
Pendidikan Wisatawan							
SD	0%	100%	0%	0%	0%	0%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan dengan pendidikan SD termotivasi oleh rasa ingin tahu Sedangkan untuk wisatawan dengan pendidikan SMP paling banyak termotivasi oleh rekreasi dan mengantar
SMP	50,0%	0%	50,0%	0%	0%	0%	
SMA	16,7%	66,7%	0%	8,3%	8,3%	0%	
DIPLOMA	0%	100%	0%	0%	0%	0%	
SARJANA	14,3%	28,6%	7,1%	0%	0%	50,0%	
Tidak Sekolah	0%	50,0%	0%	0%	50,0%	0%	
Kenangan Wisatawan							
Ya	20,0%	20,0%	0%	0%	20,0%	40,0%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan yang memiliki kenangan termotivasi untuk melakukan penelitian Wisatawan yang
Tidak	13,0%	60,9%	8,7%	4,3%	0%	13,0%	

Karakteristik	Motivasi						Keterangan
	Rekreasi	Rasa Ingin Tahu	Mengantar	Religi	Mengenang	Penelitian	
							tidak memiliki kenangan termotivasi oleh rasa ingin tahu
Temannya Perjalanannya Wisatawan							
Teman	0%	54,5%	0%	0%	0%	45,5%	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan yang datang dengan teman dan keluarga paling banyak termotivasi rasa ingin tahu • Rombongan dan wisatawan yang datang sendiri termotivasi oleh penelitian dan religi
Keluarga	26,3%	52,6%	10,5%	0%	10,5%	0%	
Rombongan	0%	0%	0%	0%	0%	100%	
Sendiri	0%	0%	0%	100%	0%	0%	
Lama Kunjungan Wisatawan							
< 30 menit	19,0%	57,1%	9,5%	4,8%	9,5%	0%	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan yang datang <30 menit dan 30-1 jam termotivasi rasa ingin tahu 57,1% dan 42,9% • Sedangkan wisatawan yang datang lebih dari 1 jam dengan motivasi penelitian
30-1 jam	14,3%	42,9%	0%	0%	0%	42,9%	
Lainnya	0%	20,0%	0%	0%	0%	80,0%	
Kendaraan Wisatawan							
Mobil	28,6%	35,7%	14,3%	0%	14,3%	7,1%	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan yang menggunakan mobil dan sepeda motor memiliki motivasi rasa ingin tahu • Wisatawan yang menggunakan kendaraan umum termotivasi oleh rekreasi dan religi, yaitu 50%
Sepeda Motor	0%	64,7%	0%	0%	0%	35,3%	
Kendaraan Umum	50,0%	0%	0%	50,0%	0%	0%	

Sumber: Hasil Analisis, 2012

B. Analisis Crosstab Aktivitas Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Tabel 4.6 Analisis Crosstab Aktivitas Wisatawan

Karakteristik	Aktivitas				Keterangan
	Penelitian	Berkeli ling	Melihat di Tempat	Religi	
Asal Tujuan Wisatawan					
Sidoarjo	16,7%	8,3%	75,0%	0%	• Wisatawan dari Sidoarjo, Jawa

Karakteristik	Aktivitas				Keterangan
	Penelitian	Berkeli ling	Melihat di Tempat	Religi	
Jawa Timur	37,5%	12,5%	50,0%	0%	Timur dan luar Pulau Jawa memiliki aktivitas hanya melihat di tempat
Pulau Jawa	100%	0%	0%	0%	
Luar Pulau Jawa	0%	25,0%	50,0%	25,0%	
Jenis Kelamin Wisatawan					
Perempuan	14,3%	14,3%	64,3%	7,1%	• Wisatawan perempuan dan pria paling banyak melakukan aktivitasnya hanya melihat di tempat, yaitu 64,3% dan 52,6%
Pria	36,8%	10,5%	52,6%	0%	
Umur Wisatawan					
15-25 tahun	64,3%	7,1%	28,6%	0%	• Wisatawan dengan usia 15-25 tahun paling banyak melakukan penelitian
26-36 tahun	0%	16,7%	83,3%	0%	
37-47 tahun	0%	22,2%	77,8%	0%	• Wisatawan usia 26-58 tahun paling banyak melakukan aktivitas hanya melihat di tempat
48-58 tahun	0%	0%	100%	0%	
> 70 tahun	0%	0%	0%	100%	
Pekerjaan Wisatawan					
PNS	0%	0%	100%	0%	• Wisatawan dengan pekerjaan sebagai PNS, swasta, wiraswasta dan ibu rumah tangga paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
Swasta	0%	18,2%	81,8%	0%	
Wiraswasta	0%	0%	100%	0%	
Ibu Rumah Tangga	0%	25,0%	75,0%	0%	
Pensiunan	0%	0%	0%	100%	
Pelajar	81,8%	9,1%	9,1%	0%	
Pengangguran	0%	0%	0%	100%	
Pendidikan Wisatawan					
SD	0%	0%	100%	0%	• Wisatawan dengan pendidikan SD, SMP, SMA, diploma dan tidak sekolah paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
SMP	0%	50,0%	50,0%	0%	
SMA	16,7%	16,7%	58,3%	8,3%	
DIPLOMA	0%	0%	100%	0%	
SARJANA	50,0%	7,1%	42,9%	0%	
Tidak Sekolah	0%	0%	100%	0%	
Kenangan Wisatawan					
Ya	40,0%	10,0%	50,0%	0%	• Wisatawan yang memiliki kenangan dan tidak memiliki kenangan paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat, yaitu 50% dan 60,9%
Tidak	21,7%	13,0%	60,9%	4,3%	
Teman Perjalanan Wisatawan					
Teman	63,6%	9,1%	27,3%	0%	• Wisatawan yang datang dengan teman atau rombongan paling banyak melakukan penelitian, yaitu 63,6% dan 100%
Keluarga	0%	15,8%	84,2%	0%	
Rombongan	100%	0%	0%	0%	
Sendiri	0%	0%	0%	100%	
Lama Kunjungan Wisatawan					
< 30 menit	0%	19,0%	76,2%	4,8%	• Wisatawan yang datang <30 menit paling banyak hanya melihat di tempat
30-1 jam	57,1%	0%	42,9%	0%	
Lainnya	100%	0%	0%	0%	

Karakteristik	Aktivitas				Keterangan
	Penelitian	Berkeli ling	Melihat di Tempat	Religi	
Kendaraan Wisatawan					
Mobil	7,1%	14,3%	78,6%	0%	<ul style="list-style-type: none"> • Wisatawan yang datang menggunakan mobil melakukan kegiatan melihat di tempat yaitu 50% • Wisatawan dengan sepeda motor paling banyak melakukan penelitian
Sepeda Motor	47,1%	11,8%	41,2%	0%	
Kendaraan Umum	0%	0%	50,0%	50,0%	

Sumber: Hasil Analisis, 2012

C. Kesimpulan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan ke Lumpur Sidoarjo

Berikut ini merupakan hasil dari *crosstab* variabel motivasi dan aktivitas terhadap karakteristik wisatawan yang datang ke Lumpur Sidoarjo:

1. Wisatawan yang memiliki tujuan utama untuk datang ke Lumpur Sidoarjo memiliki motivasi untuk rekreasi, rasa ingin tahu, religi, mengenang dan penelitian.
2. Wisatawan yang memiliki motivasi penelitian dan aktivitas penelitian paling banyak berasal dari Pulau Jawa, yaitu 100%.
3. Lumpur Sidoarjo didatangi wisatawan tidak hanya berasal dari Sidoarjo saja, melainkan juga berasal dari luar Pulau Jawa.
4. Teman perjalanan, lama kunjungan dan jenis kendaraan yang digunakan wisatawan tergantung pada motivasi dan juga dari jenis kegiatan yang akan wisatawan lakukan selama di Lumpur Sidoarjo.
5. Wisatawan yang datang tidak hanya wisatawan yang memiliki kenangan tertentu, namun juga menarik minat wisatawan tidak memiliki kenangan yang datang. Bahkan jumlah wisatawan yang paling banyak datang justru berasal dari wisatawan yang tidak memiliki kenangan tertentu. Wisatawan yang datang dengan motivasi rasa ingin tahu paling banyak adalah wisatawan yang tidak memiliki kenangan 60,9% dan wisatawan yang memiliki motivasi penelitian paling banyak adalah wisatawan yang memiliki kenangan 40,0%.

4.4.2 Analisis *Crosstab* Karakteristik Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan Bukan ke Lumpur Sidoarjo

Analisis *crosstab* pada wisatawan Lumpur Sidoarjo dibagi menjadi dua variabel, yaitu motivasi dan aktivitas sebagai berikut:

A. Analisis Crosstab Motivasi Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan selain ke Lumpur Sidoarjo

Tabel 4.7 Analisis Crosstab Motivasi Wisatawan

Karakteristik	Motivasi				Keterangan
	Rekreasi	Sosialisasi	Rasa Ingin Tahu	Mengenang	
Asal Wisatawan					
Sidoarjo	20,0%	0%	80,0%	0%	• Wisatawan yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur, Pulau Jawa, luar Pulau Jawa dan nasional paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
Jawa Timur	10,2%	4,1%	85,7%	0%	
Pulau Jawa	18,2%	0%	81,8%	0%	
Luar Pulau Jawa	11,1%	0%	77,8%	11,1%	
Nasional	0%	0%	100%	0%	
Tujuan Wisatawan					
Mengunjungi Keluarga	22,2%	3,7%	74,1%	0%	• Wisatawan dengan tujuan mengunjungi keluarga, teman, pendidikan, rekreasi dan pulang paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
Pendidikan	16,7%	0%	83,3%	0%	
Rekreasi	6,1%	3,0%	90,9%	0%	
Pulang	0%	0%	100%	0%	
Mengunjungi Teman	0%	0%	66,7%	33,3%	
Jenis Kelamin Wisatawan					
Perempuan	6,7%	0%	93,3%	0%	• Wisatawan perempuan maupun pria yang datang termotivasi oleh rasa ingin tahu
Pria	15,6%	4,4%	77,8%	2,2%	
Umur Wisatawan					
15-25 tahun	8,8%	2,9%	88,2%	0%	• Berdasarkan umur wisatawan yang datang diketahui bahwa wisatawan paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
26-36 tahun	10,0%	0%	85,0%	5,0%	
37-47 tahun	25,0%	6,3%	68,8%	0%	
48-58 tahun	0%	0%	100%	0%	
59-69 tahun	0%	0%	100%	0%	
Pekerjaan Wisatawan					
PNS	10,0%	0%	90,0%	0%	• Wisatawan dengan pekerjaan PNS, swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan petani paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
Swasta	11,8%	5,9%	82,4%	0%	
Wiraswasta	25,0%	0%	75,0%	0%	
Ibu Rumah Tangga	16,7%	0%	83,3%	0%	
Pensiunan	0%	0%	100%	0%	
Pelajar	10,5%	0%	84,2%	5,3%	
Petani	0%	0%	100%	0%	
Pendidikan Wisatawan					
SD	0%	0%	100%	0%	• Wisatawan dengan pendidikan SD, SMP, SMA, diploma, sarjana dan tidak sekolah paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
SMP	0%	0%	100%	0%	
SMA	21,7%	0%	78,3%	0%	
DIPLOMA	0%	0%	100%	0%	
SARJANA	9,5%	4,8%	83,3%	2,4%	
Tidak Sekolah	0%	0%	100%	0%	
Kenangan Wisatawan					
Ya	10,0%	0%	80,0%	10,0%	• Wisatawan yang memiliki kenangan dan yang tidak memiliki kenangan paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
Tidak	12,3%	3,1%	84,6%	0%	
Teman Perjalanan Wisatawan					
Teman	5,6%	5,6%	83,3%	5,6%	• Wisatawan yang datang dengan teman, keluarga, rombongan dan sendiri paling banyak memiliki motivasi rasa ingin tahu
Keluarga	9,3%	2,3%	88,4%	0%	
Rombongan	36,4%	0%	63,6%	0%	
Sendiri	0%	0%	100%	0%	

Karakteristik	Motivasi				Keterangan
	Rekreasi	Sosialisasi	Rasa Ingin Tahu	Mengenang	
Lama Kunjungan Wisatawan					
< 30 menit	11,5%	3,3%	83,6%	1,6%	• Wisatawan yang datang <30 menit, 30-1 jam dan 1 jam lebih paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
30-1 jam	16,7%	0%	83,3%	0%	
Lainnya	0%	0%	100%	0%	
Kendaraan Wisatawan					
Mobil	15,4%	0%	84,6%	0%	• Wisatawan yang datang dengan mobil, sepeda motor, kendaraan umum dan travel paling banyak termotivasi oleh rasa ingin tahu
Sepeda Motor	8,0%	8,0%	80,0%	4,0%	
Kendaraan Umum	0%	0%	100%	0%	
Travel	16,7%	0%	83,3%	0%	

Sumber: Hasil Analisis, 2012

B. Analisis *Crosstab* Aktivitas Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan selain ke Lumpur Sidoarjo

Tabel 4.8 Analisis *Crosstab* Aktivitas Wisatawan

Karakteristik	Aktivitas			Keterangan
	Penelitian	Berkeliling	Melihat di Tempat	
Asal Wisatawan				
Sidoarjo	0%	0%	100%	• Wisatawan yang berasal dari Sidoarjo, Jawa Timur, Pulau Jawa, luar Pulau Jawa dan nasional paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
Jawa Timur	2,0%	8,2%	89,8%	
Pulau Jawa	0%	9,1%	90,9%	
Luar Pulau Jawa	0%	0%	100%	
Nasional	0%	0%	100%	
Tujuan Wisatawan				
Mengunjungi Keluarga	0%	7,4%	92,6%	• Wisatawan dengan tujuan mengunjungi keluarga, teman, pendidikan, rekreasi dan pulang paling banyak memiliki aktivitas melihat di tempat.
Pendidikan	0%	0%	100%	
Rekreasi	0%	6,1%	93,9%	
Pulang	16,7%	16,7%	66,7%	
Mengunjungi Teman	0%	0%	100%	
Jenis Kelamin Wisatawan				
Perempuan	0%	0%	100%	• Wisatawan perempuan dan pria paling banyak hanya melihat di tempat
Pria	2,2%	11,1%	86,7%	
Umur Wisatawan				
15-25 tahun	2,9%	8,8%	88,2%	• Wisatawan yang datang paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
26-36 tahun	0%	5,0%	95,0%	
37-47 tahun	0%	6,3%	93,8%	
48-58 tahun	0%	0%	100%	
59-69 tahun	0%	0%	100%	
Pekerjaan Wisatawan				
PNS	0%	0%	100%	• Wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai PNS, swasta, wiraswasta, ibu rumah tangga, pensiunan, pelajar dan petani paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat. Lumpur Sidoarjo sesuai dan dapat dikunjungi oleh wisatawan dengan berbagai macam jenis pekerjaan.
Swasta	0%	8,8%	91,2%	
Wiraswasta	0%	0%	100%	
Ibu Rumah Tangga	0%	0%	100%	
Pensiunan	0%	0%	100%	
Pelajar	5,3%	10,5%	84,2%	
Petani	0%	0%	100%	
Pendidikan Wisatawan				
SD	0%	0%	100%	• Wisatawan yang berpendidikan SD, SMP,
SMP	0%	33,3%	66,7%	

Karakteristik	Aktivitas			Keterangan
	Penelitian	Berkeli ling	Melihat di Tempat	
SMA	0%	8,7%	91,3%	SMA, diploma, sarjana dan tidak bersekolah paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
DIPLOMA	0%	0%	100%	
SARJANA	2,4%	4,8%	92,9%	
Tidak Sekolah	0%	0%	100%	
Kenangan Wisatawan				
Ya	0%	20,0%	80,0%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan yang memiliki kenangan dan tidak memiliki kenangan paling banyak melakukan aktivitas rasa ingin tahu. Namun, memang pada kenyataannya wisatawan yang datang paling banyak adalah wisatawan yang tidak memiliki kenangan.
Tidak	1,5%	4,6%	93,8%	
Teman Perjalanan Wisatawan				
Teman	5,6%	5,6%	88,9%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan yang datang sendiri, bersama teman, keluarga, dan rombongan paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat. Sehingga Lumpur Sidoarjo dapat dikunjungi bersama berbagai macam teman perjalanan yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan.
Keluarga	0%	7,0%	93,0%	
Rombongan	0%	0%	100%	
Sendiri	0%	33,3%	66,7%	
Lama Kunjungan Wisatawan				
< 30 menit	0%	3,3%	96,7%	<ul style="list-style-type: none"> Wisatawan yang datang paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat
30-1 jam	0%	25,0%	75,0%	
Lainnya	50,0%	0%	50,0%	
Kendaraan Wisatawan				
Mobil	0%	5,1%	94,9%	<ul style="list-style-type: none"> Kendaraan yang digunakan wisatawan mobil, sepeda motor, kendaraan umum dan travel paling banyak melakukan aktivitas melihat di tempat. Dengan berbagai macam kendaraan yang dapat dipilih dapat disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.
Sepeda Motor	0%	12,0%	88,0%	
Kendaraan Umum	20,0%	0%	80,0%	
Travel	0%	0%	100%	

Sumber: Hasil Analisis, 2012

C. Kesimpulan Wisatawan dengan Tujuan Utama Perjalanan Bukan ke Lumpur Sidoarjo

Berikut ini merupakan kesimpulan dari hasil *crosstab* variable motivasi dan aktivitas wisatawan dengan tujuan utama perjalanan bukan ke Lumpur Sidoarjo:

- 1) Motivasi wisatawan yang hanya mampir lebih sedikit dibandingkan dengan wisatawan yang memiliki tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo.
- 2) Asal wisatawan mulai dari Sidoarjo sampai nasional. Asal wisatawan dari Sidoarjo, Luar Pulau Jawa, dan Nasional dengan aktivitas yang dominan dilakukan adalah melihat ditempat dengan persentase 100%.
- 3) Wisatawan yang datang memiliki berbagai macam tujuan utama selain ke Lumpur Sidoarjo. Untuk wisatawan yang memiliki tujuan pulang/kembali ke rumah sebesar 100% dengan motivasi rasa ingin tahu.

- 4) Karakteristik wisatawan yang datang keseluruhan yang paling dominan dipengaruhi oleh motivasi karena rasa ingin tahu dan aktivitas yang dilakukan hanya melihat di tempat
- 5) Motivasi wisatawan Lumpur Sidoarjo yang hanya mampir lebih sedikit dibandingkan dengan motivasi wisatawan yang memiliki tujuan utama ke Lumpur Sidoarjo. Motivasi tersebut adalah rekreasi, sosialisasi, rasa ingin tahu dan mengenang.
- 6) Jenis aktivitas yang dipilih oleh wisatawan yang hanya mampir juga lebih sedikit dibandingkan dengan wisatawan yang memiliki tujuan utama
- 7) Lumpur Sidoarjo merupakan salah satu daerah tujuan wisata yang dapat dikunjungi oleh siapa saja dari jenis pekerjaan apa saja dan juga umur yang bervariasi dengan status pendidikan yang berbeda-beda.
- 8) Pada hasil *crosstab* kedua variabel motivasi dan aktivitas seluruh pilihan yang paling dominan untuk karakteristik wisatawan adalah rasa ingin tahu dan melihat di tempat.

4.5 Faktor-Faktor Lumpur Sidoarjo sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Sidoarjo

Wisatawan yang datang ke Lumpur Sidoarjo memiliki alasan atau faktor-faktor yang mempengaruhi wisatawan. Faktor-faktor yang mempengaruhi tersebut terdiri dari beberapa variabel yang berasal dari komponen daerah tujuan wisata dan karakteristik wisatawan. Analisis faktor ini dilakukan dengan menggunakan alat analisis, yaitu SPSS.

Tujuan dari analisis faktor ini adalah untuk mengetahui beberapa faktor-faktor yang mengelompok menjadi variabel. Sehingga nantinya akan terjadi eliminasi variabel yang dianggap tidak mempengaruhi.

A. Uji Validitas

Uji validitas ini bertujuan untuk melihat valid tidaknya dari masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian. Selain itu juga melihat hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya. Suatu variabel dapat dikatakan valid dan berkorelasi apabila variabel tersebut memiliki jumlah lebih dari 0,229 dan memiliki dua tanda bintang yang menandakan bahwa variabel tersebut berkorelasi antara variabel yang satu dengan variabel lainnya dan juga valid.

Tabel 4.9 Uji Validitas

No	Variabel	Crosstab
1	Jenis Kegiatan (X11)	,639**
2	Kenangan (X12)	,507**
3	Melihat Lumpur Sidoarjo (X13)	,429**
4	Penyewaan jasa (X21)	,558**
5	ketersediaan parkir (X22)	,701**
6	Kemudahan lokasi (X31)	,578**
7	Kemudahan penggunaan transportasi (X32)	,656**
8	Kondisi perjalanan (X33)	,573**
9	Kualitas souvenir (X41)	,401**
10	Harga souvenir (X42)	,620**
11	Kebersihan (X51)	,671**
12	Keramahan petugas (X52)	,647**
13	Petugas keamanan (X61)	,725**
14	Kriminalitas (X62)	,703**
15	Jenis informasi (X71)	,560**
16	Frekuensi informasi (X72)	,345**

Sumber: Hasil Analisis, 2012

B. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji vakiditas, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji reliabilitas. Pada uji reliabilitas terdapat kriteria indeks koefisien reliabilitas.

Tabel 4.10 Kriteria Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Interval	Kriteria
1	< 0,200	Sangat Rendah
2	0,200-0,399	Rendah
3	0,400-0,599	Cukup
4	0,600-0,799	Tinggi
5	0,8-1,00	Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel kriteria maka dilakukan pengecekan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan seperti berikut ini:

Tabel 4.11 Reliability Statistic

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,872	,870	16

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.12 Item Total Statistic

	Croanbach's Alpha
X11	,863
X12	,870
X13	,871
X21	,867
X22	,859
X31	,865
X32	,862
X33	,866
X41	,872

	Croanbach's Alpha
X42	,863
X51	,861
X52	,862
X61	,858
X62	,859
X71	,866
X72	,875

Sumber: Hasil Analisis, 2012

C. Variabel, Skala dan Sampel

1. Variabel

Pada penelitian ini menggunakan 7 variabel dengan 22 sub variabel. Variabel utamanya berasal dari tinjauan teori tentang komponen daerah tujuan wisata, sedangkan untuk sub variabel nya berasal dari pengamatan langsung di lapangan. Berikut ini merupakan variabel yang digunakan pada penelitian ini:

1. Atraksi

- X11 = Jenis Kegiatan
- X12 = Kenangan
- X13 = Melihat Lumpur Sidoarjo

2. Fasilitas/sarana

- X21 = Penyewaan Jasa
- X22 = Ketersediaan Parkir

3. Aksesibilitas

- X31 = Kemudahan Lokasi
- X32 = Kemudahan Penggunaan Transportasi
- X33 = Kondisi Perjalanan

4. Harga

- X41 = Kualitas Souvenir
- X42 = Harga Souvenir

5. Kenyamanan

- X51 = Kebersihan
- X52 = Keramahan Petugas

6. Keamanan

- X61 = Petugas Keamanan
- X62 = Kriminalitas

7. Informasi/promosi

- X71 = Jenis Informasi
X72 = Frekuensi Informasi

2. Skala

Skala yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan skala likert.

Berikut ini merupakan skala likert yang digunakan:

- 1 = Sangat Tidak Mempengaruhi
2 = Tidak Mempengaruhi
3 = Cukup Mempengaruhi
4 = Mempengaruhi
5 = Sangat Mempengaruhi

3. Sampel

Responden yang digunakan adalah berasal dari wisatawan/pengunjung Lumpur Sidoarjo. Jumlah responden/sampel yang digunakan berjumlah 108 orang. Setiap kelompok diambil satu orang sebagai sampel untuk penelitian.

D. Uji KMO MSA (*Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy*)

Uji KMO MSA merupakan persyaratan pokok dalam melakukan analisis faktor. Persyaratan tersebut dapat berlaku apabila nilai dari *Measure of Sampling Adequacy* (MSA) harus diatas 0,5.

1) Uji KMO MSA Variabel Atraksi

Tabel 4.13 KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,625
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	46,899
	df	3
	Sig.	,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil dari perhitungan diketahui bahwa nilai KMO diatas 0,5, yaitu dengan nilai KMO sebesar 0,625 dan signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel dan data diatas dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.14 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Jenis Kegiatan (X11)	,606
2	Kenangan (X12)	,596
3	Melihat Lumpur Sidoarjo (X13)	,725

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil MSA, diketahui bahwa semua sub variabel memiliki nilai MSA diatas 0,5 sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

2) Uji KMO MSA Variabel Fasilitas/Sarana

Tabel 4.15 KMO and Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	26,566
	df	1
	Sig.	,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil dari perhitungan diketahui bahwa nilai KMO 0,5, dan signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel dan data diatas dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.16 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Penyewaan jasa (X21)	,500
2	Ketersediaan parkir (X22)	,500

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan pada tabel uji MSA, diketahui bahwa nilai MSA pada masing-masing sub variabel 0,5. Sehingga variabel ini dapat terus dilanjutkan untuk analisis berikutnya.

3) Uji KMO MSA Variabel Aksesibilitas

Tabel 4.17 KMO and Barlett's Test

KMO and Bartlett's Test ^a		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,686
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	79,357
	df	3
	Sig.	,000

a. Based on correlations

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Diketahui bahwa hasil KMO untuk variabel aksesibilitas diatas 0,5, yaitu sebesar 0,686 dan signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.18 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Kemudahan lokasi (X31)	,676
2	Kemudahan Penggunaan transportasi (X32)	,659
3	Kondisi perjalanan (X33)	,737

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan dari hasil MSA diatas diketahui bahwa nilai dari sub variabel diatas 0,5, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut untuk variabel ini.

4) Uji KMO MSA Variabel Harga

Tabel 4.19 KMO and Barlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	57,417
	df	1
	Sig.	,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Diketahui bahwa hasil KMO untuk variabel harga 0,5 dan signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05 sehingga variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.20 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Kualitas souvenir (X41)	,500
2	Harga souvenir (X42)	,500

Diketahui bahwa nilai MSA pada masing-masing sub variabel 0,5 sehingga variabel ini dapat dianalisis lebih lanjut.

5) Uji KMO MSA Variabel Kenyamanan

Tabel 4.21 KMO and Barlett's

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	36,752
	df	1
	Sig.	,000

a. Based on correlations

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil KMO tersebut diketahui bahwa nilai KMO sama dengan 0,5 dengan signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.22 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Kebersihan (X51)	,500
2	Keramahan petugas (X52)	,500

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Diketahui bahwa nilai MSA yang ada sama dengan 0,5, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

6) Uji KMO MSA Variabel Keamanan

Tabel 4.23 KMO and Barlett's

KMO and Bartlett's Test ^a		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	61,369
	df	1
	Sig.	,000

a. Based on correlations

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil KMO tersebut diketahui bahwa nilai KMO sama dengan 0,5 dengan signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.24 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Petugas keamanan (X61)	,500
2	Kriminalitas (X62)	,500

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Diketahui bahwa nilai MSA yang ada sama dengan 0,5, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

7) Uji KMO MSA Variabel Informasi.Promosi

Tabel 4.25 KMO and Barlett's

KMO and Bartlett's Test ^a		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	50,194
	df	1
	Sig.	,000

a. Based on correlations

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan hasil KMO tersebut diketahui bahwa nilai KMO sama dengan 0,5 dengan signifikansi 0,00 lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

Tabel 4.26 Anti Image Matrices

No	Sub Variabel	MSA
1	Jenis informasi (X71)	,500
2	Frekuensi informasi (X72)	,500

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Diketahui bahwa nilai MSA yang ada sama dengan 0,5, sehingga dapat dilakukan analisis lebih lanjut.

E. Ekstraksi Faktor

Tujuan dari dilakukannya ekstraksi faktor adalah untuk mengetahui nilai ekstraksi dari setiap variabel dalam penelitian yang diperoleh dari nilai *communality*. Berikut ini merupakan tabel hasil dari ekstraksi faktor dari setiap variabel penelitian:

Tabel 4.27 Ekstraksi Faktor Variabel Atraksi

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Jenis Kegiatan (X11)	,640
2	Kenangan (X12)	,675
3	Melihat Lumpur Sidoarjo (X13)	,461

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.27, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel kegiatan (X11) adalah 0,640. Artinya adalah sebesar 64% sub variabel kegiatan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel kenangan (X12) adalah 0,675. Artinya adalah sebesar 67,5% sub variabel kenangan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 3) Nilai ekstraksi sub variabel rasa ingin tahu (X13) adalah 0,461. Artinya adalah sebesar 46,1% sub variabel rasa ingin tahu dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.28 Ekstraksi Faktor Variabel Fasilitas/Sarana

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Penyewaan jasa (X21)	,802
2	Ketersediaan parkir (X22)	,665

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.28, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel penyewaan jasa (X21) adalah 0,802. Artinya adalah sebesar 80,2% sub variabel penyewaan jasa dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel ketersediaan parkir (X22) adalah 0,665. Artinya adalah sebesar 66,5% sub variabel lokasi parkir dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.29 Ekstraksi Faktor Aksesibilitas

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Kemudahan lokasi (X31)	,691
2	Kemudahan Penggunaan transportasi (X32)	,717
3	Kondisi perjalanan (X33)	,622

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.29, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel kemudahan lokasi (X31) adalah 0,691. Artinya adalah sebesar 69,1% sub variabel kemudahan lokasi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel kemudahan penggunaan transportasi (X32) adalah 0,717. Artinya adalah sebesar 71,7% sub variabel kemudahan penggunaan transportasi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 3) Nilai ekstraksi sub variabel kondisi perjalanan (X33) adalah 0,622. Artinya adalah sebesar 62,2% sub variabel kondisi perjalanan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.30 Ekstraksi Faktor Harga

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Kualitas souvenir (X41)	,755
2	Harga souvenir (X42)	,883

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.30, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel kualitas souvenir (X41) adalah 0,755. Artinya adalah sebesar 75,5% sub variabel biaya/pengeluaran dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel harga souvenir (X42) adalah 0,883. Artinya adalah sebesar 88,3% sub variabel kualitas barang dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.31 Ekstraksi Faktor Kenyamanan

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Kebersihan (X51)	,838
2	Keramahan petugas (X52)	,697

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.31, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel kebersihan (X51) adalah 0,838. Artinya adalah sebesar 83,8% sub variabel kebersihan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel keramahan petugas (X52) adalah 0,697. Artinya adalah sebesar 69,7% sub variabel keramahan masyarakat dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.32 Ekstraksi Faktor Keamanan

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Petugas keamanan (X61)	,778
2	Kriminalitas (X62)	,880

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.32, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai ekstraksi sub variabel petugas keamanan (X61) adalah 0,778. Artinya adalah sebesar 77,8% sub variabel petugas keamanan dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 2) Nilai ekstraksi sub variabel kriminalitas (X62) adalah 0,880. Artinya adalah sebesar 88,0% sub variabel kriminalitas dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

Tabel 4.33 Ekstraksi Faktor Informasi/Promosi

No	Sub Variabel	Ekstraksi
1	Jenis informasi (X71)	,845
2	Frekuensi informasi (X72)	,768

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan Tabel 4.33, diketahui bahwa nilai ekstraksi yang telah ada menjelaskan bahwa:

- 3) Nilai ekstraksi sub variabel jenis informasi (X71) adalah 0,845. Artinya adalah sebesar 84,5% sub variabel jenis informasi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.
- 4) Nilai ekstraksi sub variabel frekuensi informasi (X72) adalah 0,768. Artinya adalah sebesar 76,8% sub variabel frekuensi informasi dapat dijelaskan oleh faktor yang terbentuk.

F. Penentuan Banyaknya Faktor yang Terbentuk

Penentuan jumlah faktor dapat dilihat pada tabel *Total Variance Explained*.

Penentuannya sendiri dapat dilihat pada kolom *Initial Eigenvalues*.

Tabel 4.34 Penentuan Jumlah Faktor Atraksi Berdasarkan *Initial Eigenvalue*

No	Faktor	<i>Initial Eigenvalues</i>		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	2,238	63,111	63,111
2	2	,700	19,735	82,846
3	3	,608	17,154	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.35 Penentuan Jumlah Faktor Fasilitas/Sarana Berdasarkan *Initial Eigenvalue*

No	Faktor	<i>Initial Eigenvalues</i>		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	1,759	73,881	73,881

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
2	2	,622	26,119	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.36 Penentuan Jumlah Faktor Aksesibilitas Berdasarkan Initial Eigenvalue

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	2,372	67,854	67,854
2	2	,631	18,056	85,910
3	3	,493	14,090	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.37 Penentuan Jumlah Faktor Harga Berdasarkan Initial Eigenvalue

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	1,273	82,860	82,860
2	2	,263	17,140	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.38 Penentuan Jumlah Faktor Kenyamanan Berdasarkan Initial Eigenvalue

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	1,566	77,509	77,509
2	2	,454	22,491	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.39 Penentuan Jumlah Faktor Keamanan Berdasarkan Initial Eigenvalue

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	2,593	83,514	83,514
2	2	,512	16,486	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Tabel 4.40 Penentuan Jumlah Faktor Informasi/Promosi Berdasarkan Initial Eigenvalue

No	Faktor	Initial Eigenvalues		
		Total	% of Variance	Cumulative %
1	1	1,643	80,912	80,912
2	2	,388	19,088	100,000

Sumber: Hasil Analisis, 2012

Berdasarkan pada hasil tabel diketahui bahwa jumlah faktor yang terbentuk sebanyak tujuh buah dengan satu buah faktor dari masing-masing tabel. Artinya adalah dari 16 sub variabel yang dianalisis akan dikelompokkan menjadi tujuh faktor besar. Nilai *variance* dari masing-masing faktor tersebut adalah sebagai berikut:

- Nilai *variance* faktor pertama adalah faktor atraksi 63,1%
- Nilai *variance* faktor kedua adalah faktor sarana/fasilitas 73,8%
- Nilai *variance* faktor ketiga adalah faktor aksesibilitas 67,85%
- Nilai *variance* faktor keempat adalah faktor harga 82,86%
- Nilai *variance* faktor kelima adalah faktor kenyamanan 77,50%
- Nilai *variance* faktor keenam adalah faktor keamanan 83,51%

- Nilai *variance* faktor ketujuh adalah faktor informasi 80,91%

4.5.1 Perbandingan Analisis Faktor dengan Kondisi Sebenarnya

Analisis faktor yang telah diperoleh akan dibandingkan dengan kondisi sesungguhnya di Lumpur Sidoarjo. Berikut ini merupakan hasil perbandingan dari analisis faktor dengan kondisi sesungguhnya:

Tabel 4.41 Perbandingan Analisis Faktor dengan Kondisi Sebenarnya

No	Faktor	Kondisi Lumpur Sidoarjo	Foto
1	Atraksi <ul style="list-style-type: none"> • Jenis kegiatan • Kenangan • Melihat Sidoarjo 	Lumpur <ul style="list-style-type: none"> • Positif: <ol style="list-style-type: none"> 1) Terdapat beberapa jenis kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan. 2) Wisatawan yang datang ke Lumpur Sidoarjo tidak hanya wisatawan yang memiliki kenangan tertentu melainkan juga wisatawan yang tidak memiliki kenangan. Selain itu wisatawan yang datang tidak hanya wisatawan lokal saja tetapi juga wisatawan mancanegara. 3) Wisatawan dapat melihat ekosistem baru yang terbentuk, seperti lumpur yang mengering, adanya burung belibis, dan juga melihat matahari tenggelam. • Negatif: kondisi lumpur yang tidak stabil dapat berbahaya sewaktu-waktu dapat mempengaruhi jenis kegiatan yang dapat dilakukan selama berada di Lumpur Sidoarjo. 	  
2	Sarana <ul style="list-style-type: none"> • Penyewaan jasa • Ketersediaan lokasi parkir 	<ul style="list-style-type: none"> • Positif: <ol style="list-style-type: none"> 1) Disediakan jasa keliling bagi wisatawan yang ingin mengelilingi kolam lumpur dan juga jasa foto yang langsung jadi. 2) Lokasi parkir yang disediakan disetiap pintu/tangga masuk mempermudah wisatawan untuk memarkirkan kendaraan wisatawan. • Negatif: Letak lokasi parkir yang berbahaya karena dekat dengan rel kereta api. 	  

No	Faktor	Kondisi Lumpur Sidoarjo	Foto
3	Aksesibilitas <ul style="list-style-type: none"> • Kemudahan lokasi • Kemudahan penggunaan transportasi • Kondisi perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> • Positif: <ol style="list-style-type: none"> 1) kemudahan untuk mencapai lokasi lumpur karena kondisi lalu lintas saat ini sudah sangat baik karena terbukanya jalan arteri yang menyebabkan arus lalu lintas lancar dan tidak macet. 2) Selain itu banyak jenis kendaraan yang dapat dipilih untuk dapat menuju lokasi. Dapat menggunakan kendaraan umum, kendaraan pribadi atau juga menggunakan biro jasa transportasi. 	
4	Harga <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas souvenir • Harga souvenir 	<ul style="list-style-type: none"> • Negatif: kualitas souvenir yang dijual masih kurang baik, karena jenis souvenir yang dijual hanya CD tentang kondisi Lumpur Sidoarjo dan kualitas gambar yang kurang baik karena dokumentasi dari masyarakat sendiri. Harga yang ditawarkan cukup mahal bila dilihat dari kualitas dan jenis souvenir. 	
5	Kenyamanan <ul style="list-style-type: none"> • Kebersihan • Keramahan petugas 	<ul style="list-style-type: none"> • Positif: <ol style="list-style-type: none"> 1) Kondisi lingkungan di Lumpur Sidoarjo sudah cukup bersih. 2) Petugas yang ada di Lumpur Sidoarjo sangat ramah terhadap wisatawan yang datang. • Negatif: belum tersedia tempat sampah di lokasi. 	
6	Keamanan <ul style="list-style-type: none"> • Petugas keamanan • Kriminalitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Positif: <ol style="list-style-type: none"> 1) Sudah disediakan petugas keamanan dan petugas rel kereta api. 2) Tindakan kriminalitas sangat jarang terdengar. • Negatif: kurangnya tingkat keamanan yang ada di lumpur, sehingga cukup membahayakan wisatawan. Penjaga keamanan juga tidak terlihat berkeliling kolam untuk menjaga keamanan 	

No	Faktor	Kondisi Lumpur Sidoarjo	Foto
7	Informasi <ul style="list-style-type: none"> Jenis informasi Frekuensi informasi 	wisatawan yang datang. <ul style="list-style-type: none"> Positif: jenis informasi yang diterima wisatawan sangat beragam, mulai dari televisi, koran keluarga dan lain-lain dengan frekuensi informasi yang sering terdengar di media massa. Negatif: informasi yang disampaikan bukan masalah tentang bahayanya kondisi lumpur melainkan lebih kepada kondisi sosial para korban. 	

Sumber: Survei Primer, 2012

4.5.2 Perbandingan Analisis Faktor dengan Persepsi Wisatawan

Berikut ini merupakan tabel perbandingan antara analisis faktor dengan kondisi Lumpur Sidoarjo berdasarkan pada persepsi wisatawan yang datang berkunjung:

Tabel 4.42 Perbandingan Analisis Faktor dengan Persepsi Wisatawan

No	Analisis Faktor	Persepsi Wisatawan
1	Faktor Atraksi <ol style="list-style-type: none"> Jenis kegiatan Kenangan Melihat Lumpur Sidoarjo 	<ul style="list-style-type: none"> Menurut hasil persepsi wisatawan diketahui bahwa keragaman kegiatan yang ada di Lumpur Sidoarjo masih kurang beragam atau biasa saja. Hal ini terbukti dengan jumlah responden yang memilih kegiatan Lumpur Sidoarjo biasa saja sebanyak 62% wisatawan. Sedangkan wisatawan yang memilih buruk sebanyak 18,5% wisatawan dan sisanya memilih bervariasi sebanyak 19,4% wisatawan. Wisatawan yang datang lebih banyak wisatawan yang tidak memiliki kenangan terhadap Lumpur Sidoarjo. Wisatawan yang tidak memiliki kenangan sebanyak 81,48% wisatawan sedangkan untuk wisatawan yang memiliki kenangan sebanyak 18,51% wisatawan. Motivasi wisatawan untuk datang ke Lumpur Sidoarjo adalah karena rasa ingin tahu. Wisatawan yang terpengaruhi oleh motivasi rasa ingin tahu sebanyak 73,15% wisatawan. Jumlah ini adalah jumlah yang paling besar dibandingkan dengan pengaruh motivasi yang lainnya.
2	Faktor Fasilitas/Sarana <ol style="list-style-type: none"> Penyewaan jasa Ketersediaan parkir 	<ul style="list-style-type: none"> Penyewaan jasa keliling Lumpur Sidoarjo adalah berupa ojek keliling yang akan mengantarkan wisatawan untuk mengelilingi Lumpur Sidoarjo. Sebanyak 46,29% wisatawan mengatakan bahwa penyewaan jasa keliling sudah baik. Sedangkan wisatawan yang memilih penyewaan jasa keliling cukup baik sebanyak 44,4% wisatawan dan sisanya sebanyak 9,25% orang mengatakan buruk. Lokasi parkir telah tersedia di Lumpur Sidoarjo. Setiap anak tangga atau pintu masuk bagi wisatawan disediakan tempat parkir bagi wisatawan yang membawa kendaraan. Letaknya juga tidak jauh dari anak tangga sehingga mudah untuk diawasi dari atas tanggul. <p>Berdasarkan persepsi wisatawan diketahui bahwa sebanyak 13,89% wisatawan mengatakan bahwa lokasi</p>

No	Analisis Faktor	Persepsi Wisatawan
3	Faktor Aksesibilitas 1) Kemudahan lokasi 2) Kemudahan penggunaan transportasi 3) Kondisi perjalanan	<p>parkir yang tersedia sudah nyaman karena terdapat penjaga parkir. Sedangkan untuk 55,56% wisatawan mengatakan lokasi parkir biasa saja karena tidak ada fasilitas lebih yang ditawarkan. Sisanya mengatakan bahwa kondisi tempat parkir buruk dengan persepsi wisatawan sebanyak 30,56% wisatawan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diketahui bahwa 84,25% wisatawan memilih atau mengatakan bahwa mendapatkan kemudahan dalam penggunaan segala macam transportasi untuk dapat pergi ke Lumpur Sidoarjo. Sedangkan untuk responden sebanyak 15,74% wisatawan memilih tidak mendapatkan kemudahan dalam penggunaan transportasi. • Kendaraan yang digunakan wisatawan berbagai macam, mulai dari kendaraan pribadi sampai dengan travel/biro jasa. Wisatawan yang menggunakan mobil sebanyak 49,07% wisatawan. Pengguna sepeda motor sebanyak 38,89% wisatawan. Untuk pengguna kendaraan umum sebanyak 6,48% wisatawan dan untuk pengguna travel sebanyak 5,56% wisatawan. • Sebanyak 52,78% wisatawan memilih kondisi perjalanan ke Lumpur Sidoarjo sudah baik, karena sudah tidak macet lagi. Kemudian sebanyak 23,15% wisatawan kondisi perjalanannya biasa saja. Sisanya sebanyak 24,07% wisatawan mengatakan bahwa kondisi perjalanannya buruk dikarenakan cuaca yang panas dan sempat mengalami kemacetan.
4	Faktor Harga 1) Kualita souvenir 2) Harga souvenir	<ul style="list-style-type: none"> • Menurut wisatawan barang yang dijual di Lumpur Sidoarjo cukup berkualitas dengan jumlah responden sebanyak 69,44% wisatawan. Kemudian untuk wisatawan yang memilih kualitas barangnya buruk sebanyak 20,37% wisatawan. Sedangkan untuk wisatawan yang memilih kualitas barangnya baik sebanyak 10,18% wisatawan. • Menurut wisatawan harga yang ditawarkan di Lumpur Sidoarjo cukup murah dengan jumlah wisatawan 71,29% wisatawan. Sedangkan untuk wisatawan yang memilih mahal adalah sebanyak 8,33% wisatawan.
5	Faktor Kenyamanan 1) Kebersihan 2) Keramahan petugas	<ul style="list-style-type: none"> • Sebanyak 14,81% wisatawan mengatakan bahwa kondisi Lumpur Sidoarjo sudah bersih. Sedangkan 54,62% wisatawan mengatakan bahwa Lumpur Sidoarjo cukup bersih dan sisanya 30,56% wisatawan mengatakan bahwa Lumpur Sidoarjo kotor. • Untuk keramahan petugas sekitar, sebanyak 53,70% wisatawan memilih petugas sangat ramah. Sedangkan untuk 42,59% wisatawan mengatakan petugas cukup ramah dan sebanyak 3,7% wisatawan mengatakan tidak ramah.
6	Faktor Keamanan 1) Petugas keamanan 2) Kriminalitas	<ul style="list-style-type: none"> • Berdasarkan hasil persepsi dari wisatawan diketahui bahwa, sebanyak 65,74% wisatawan mengatakan bahwa Lumpur Sidoarjo memiliki petugas keamanan. Sedangkan sebanyak 34,25% wisatawan mengatakan bahwa Lumpur Sidoarjo tidak memiliki petugas keamanan. • Menurut wisatawan, sebanyak 93,51% wisatawan tidak pernah mendengar atau mengetahui tindakan kejahatan yang pernah terjadi di Lumpur Sidoarjo. Sedangkan untuk 6,48% wisatawan yang lain pernah mendengar tindakan kriminalitas yang pernah terjadi, seperti

No	Analisis Faktor	Persepsi Wisatawan
7	Faktor Informasi/Promosi 1) Jenis informasi 2) Frekuensi informasi	<p>curanmor, pungutan liar dan penipuan.</p> <ul style="list-style-type: none"> Jenis informasi yang paling sering didengar oleh wisatawan adalah berasal dari televisi sebanyak 70,37% wisatawan. Sebanyak 9,25% wisatawan memperoleh informasi dari keluarga dan juga koran. Sedangkan wisatawan yang mendapat informasi dari teman sebanyak 6,48% wisatawan. Kemudian untuk wisatawan yang mendapatkan informasi dari lainnya sebanyak 4,62% wisatawan. Informasi yang diperoleh mengenai Lumpur Sidoarjo cukup sering terdengar. Hanya saja jenis informasi yang diperoleh bukan tentang wisatanya melainkan mengenai kondisi Lumpur Sidoarjo maupun adanya aksi demo yang dilakukan para korban Lumpur Sidoarjo.

Sumber: Hasil Analisis, 2012

4.6 Rekomendasi

Rekomendasi yang dilakukan untuk penelitian ini diperoleh dari hasil analisis faktor sebelumnya, selain itu juga dilihat dari kondisi sesungguhnya di lapangan. Rekomendasi ini sendiri berupa pengendalian tanpa adanya ke arah pengembangan yang lebih lanjut. Hal ini bertujuan agar wisatawan yang datang terjaga keamanannya, kesehatan dan juga kenyamanan yang dilakukan di Lumpur Sidoarjo. Berikut ini merupakan rekomendasi dari penelitian ini:

1) Faktor Atraksi

- Pembatasan spot atau lokasi aktivitas wisatawan yang dapat dikunjungi dan dilakukan selama berada di tanggul Lumpur Sidoarjo. Hal ini dikarenakan kondisi Lumpur Sidoarjo yang berbahaya, sehingga dilakukan pembatasan spot/lokasi aktivitas wisatawan yang datang.

2) Faktor Sarana

- Tersedianya jasa ojek keliling perlu diberi perhatian khusus mengenai ketentuan dan peraturan dalam mengantar wisatawan yang ingin mengelilingi kolam Lumpur Sidoarjo. Perlu dilakukan pembatasan/pemberitahuan jalur aman untuk mengelilingi kolam Lumpur Sidoarjo. Jalur tersebut merupakan jalur yang memang sudah disediakan dan dapat dilewati oleh kendaraan yang ingin mengelilingi Lumpur Sidoarjo.
- Pembatasan masyarakat yang datang dengan menggunakan kendaraan pribadi. Wisatawan yang datang berkunjung dilarang masuk menggunakan kendaraan pribadi, melainkan harus diparkir di tempat parkir yang telah disediakan. Sedangkan untuk masyarakat yang tinggal di sekitar lumpur lebih baik diberi

stiker masuk untuk membedakan antara wisatawan dan masyarakat sekitar. Hal ini bertujuan agar jasa ojek keliling dapat dimanfaatkan secara maksimal oleh wisatawan dan dengan harga yang disesuaikan dan seragam.

- Lokasi parkir saat ini masih banyak yang perlu dibenahi terlebih lagi untuk tingkat keamanan, kenyamanan dan keselamatan wisatawan. Lokasi parkir yang cukup dekat dengan rel kereta api cukup membahayakan keselamatan wisatawan. Oleh karena itu, tempat parkir yang sudah ada saat ini perlu dibenahi kembali dalam hal tingkat keamanan dan kenyamanannya.

3) Faktor Aksesibilitas

- Kondisi aksesibilitas menuju Lumpur Sidoarjo saat ini sudah sangat baik dengan dibukanya jalan arteri baru. Dengan adanya jalan arteri baru dapat mengurangi kemacetan yang pernah terjadi akibat dari bencana Lumpur Sidoarjo. Sedangkan untuk kondisi jalan yang berada di jalan utama Surabaya-Malang tepatnya di depan lokasi Lumpur Sidoarjo sangat membahayakan pengendara sepeda motor karena kondisi jalan bergelombang dan berlubang, sehingga perlu dilakukan perbaikan jalan untuk mengurangi tingkat kecelakaan akibat jalan yang bergelombang dan berlubang.

4) Faktor Harga

- Membuat batasan harga tiket pengunjung yang jelas agar tidak terjadi perbedaan harga yang begitu tinggi antara wisatawan yang satu dengan yang lainnya.
- Ketika berada di Lumpur Sidoarjo, wisatawan dapat menemukan berbagai macam penjual yang menjual makanan kecil, minuman dan souvenir. Hanya saja kualitas dan jenis dari souvenir masih sangat kurang. Souvenir yang saat ini dijual oleh pedagang adalah *Compact Disk* tentang gambaran Lumpur Sidoarjo sehingga masih kurang bervariasi. Sehingga masih perlu dilakukan penambahan jenis souvenir khas dari Lumpur Sidoarjo, sehingga wisatawan yang datang tidak hanya membeli CD tetapi juga dapat membeli beberapa jenis souvenir lainnya.
- Warung yang ada di Lumpur Sidoarjo juga masih kurang nyaman dan tidak sesuai. Karena melihat kondisi dari Lumpur Sidoarjo yang panas dan juga banyak debu, maka diperlukan warung/kios yang sedikit tertutup agar makanan, minuman dan souvenir bersih dan tidak kotor oleh debu. Selain itu dilakukan pembatasan jumlah kios yang berjualan diatas Lumpur Sidoarjo. Jumlah warung/kios dibatasi satu atau dua kios di setiap pintu masuk menuju Lumpur

Sidoarjo. Jika lebih dari dua warung/kios maka tidak diperbolehkan mendirikan kios di Lumpur Sidoarjo. Bangunan kios tersebut juga merupakan bangunan non permanen dan tidak besar karena disesuaikan dengan kondisi dari Lumpur Sidoarjo sehingga dapat berjulan diatas tanggul Lumpur Sidoarjo.



Gambar 4.32 Contoh Warung

Sumber: http://annasahmad.files.wordpress.com/2009/11/kios_ukm1.jpg?w=610
<http://img21.imageshack.us/img21/6981/warungangkringan.jpg>

5) Faktor Kenyamanan

- Belum tersedia tempat sampah bagi wisatawan sehingga perlu disediakan tempat sampah di setiap spot wisatawan agar wisatawan tidak membuang sampah sembarangan selama berada di Lumpur Sidoarjo. Selain itu juga dengan adanya tempat sampah dapat menjaga kebersihan di Lumpur Sidoarjo.



Gambar 4.33 Contoh Tempat Sampah

Sumber: <http://4.bp.blogspot.com/-y-FRQIuZfW0/Tpbrnzu-cfI/AAAAAAAAABw/XteYf7brpyI/s1600/sampah3.jpg>

- Tersedianya masker gratis bagi wisatawan saat wisatawan datang dengan membayar tiket masuk menuju Lumpur Sidoarjo. Tujuan dari adanya masker ini adalah untuk menjaga kesehatan wisatawan yang datang terlebih lagi dengan aroma Lumpur Sidoarjo yang begitu menyengat.



Gambar 4.34 Contoh Masker Bagi Wisatawan Lumpur

Sumber: <http://www.3m.com/intl/id/nexcare/firstaidm.html>

- Selain masker, kondisi di Lumpur Sidoarjo sangat panas sehingga membutuhkan peneduh. Tersedianya jasa payung bagi wisatawan sangat membantu wisatawan di saat siang hari yang terik.
- Terdapat tempat peristirahatan bagi wisatawan yang terbuat dari kayu. Namun masih sangat sederhana. Setidaknya membuat tempat peristirahatan yang nyaman bagi wisatawan agar wisatawan dapat duduk maupun beristirahat sejenak dengan nyaman. Selain itu dengan tempat peristirahatan yang baik dan dibuat lebih kokoh juga meningkatkan keamanan wisatawan yang berteduh didalamnya.



Gambar 4.35 Contoh Tempat Istirahat Wisatawan

Sumber: http://www.vibizlife.com/uploaded/Image/Eksterior/RUMAH-SOE-2_450.jpg
http://www.productsdb.com/images/produk/542_3105_Chерudim.jpg

6) Faktor Keamanan

- Memperbaiki tangga atau jalan menuju Lumpur Sidoarjo agar lebih aman lagi bagi wisatawan dalam berpijak maupun berjalan. Hal ini dikarenakan kondisi tangga yang tidak nyaman dan juga dibuat seadanya. Sedangkan jalan untuk kendaraan agar dapat naik ke tanggul juga masih kurang rata. Menyebabkan pengemudi kendaraan bermotor harus berhati-hati bila melintas jalan tersebut.



Gambar 4.36 Contoh Tangga Wisatawan Lumpur

Sumber: <http://www.jabarpov.go.id/index.php/subMenu/216>

- Tingkat keamanan yang sudah ada di Lumpur Sidoarjo perlu lebih ditingkatkan. Seperti penjaga keamanan yang perlu disediakan pada setiap pintu masuk Lumpur Sidoarjo. Terlebih lagi ditambahkan rambu-rambu yang ada di Lumpur Sidoarjo agar wisatawan dapat memahami peraturan yang ada. Selain itu juga menjaga wisatawan yang datang agar aman dan terhindar dari kecelakaan maupun tindakan kriminalitas.
- 7) Faktor Informasi
- Informasi mengenai Lumpur Sidoarjo sudah cukup baik bila dilihat dari jenis informasi yang diberikan oleh masyarakat. Informasi mengenai Lumpur Sidoarjo dapat dilihat di media elektronik dan juga media massa. Namun, informasi yang diberikan lebih sering terdengar mengenai dampak sosial dibandingkan dengan perkembangan dari bencana Lumpur Sidoarjo. Pemberitaan/informasi mengenai perkembangan dari Lumpur Sidoarjo sangat diperlukan terlebih lagi melihat banyak wisatawan yang datang ke Lumpur Sidoarjo. Hal ini bertujuan agar wisatawan tetap selalu berwaspada selama di Lumpur Sidoarjo dan juga menjaga keamanan wisatawan juga.