

## PREFERENSI WISATAWAN TERHADAP PEMILIHAN HOTEL DI KOTA MALANG

Shanila Dwi Novitasari, Mustika Anggraeni, Dian Dinanti

Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik Universitas Brawijaya  
Jalan Mayjen Haryono 167 Malang 65145, Indonesia  
Email : shanilovita@gmail.com

### ABSTRAK

Kota Malang merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Timur yang berfungsi sebagai pusat akomodasi di Malang Raya. Kota Malang memiliki jumlah hotel yang paling banyak dibandingkan Kabupaten Malang dan Kota Batu, yakni sebanyak 76 unit, yang terdiri dari hotel berbintang dan hotel melati. Berdasarkan Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang dan Kota Batu, tingkat okupansi hotel di Kota Malang lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Batu. Padahal jumlah kunjungan wisatawan Kota Batu lebih tinggi dibandingkan dengan Kota Malang, yakni sebanyak 2.041.177 wisatawan, yang idealnya akan memilih hotel yang berlokasi dekat dengan objek wisata. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui karakteristik dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu serta menginap di hotel Kota Malang. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis distribusi frekuensi, analisis tabulasi silang, analisis chi square dan analisis konjoin. Hasil dari analisis ini adalah terbaginya karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin, jenis pekerjaan, usia, status pernikahan, jumlah pendapatan, tingkat pendidikan dan asal wisatawan serta objek wisata berdasarkan objek wisata alam, buatan, belanja, sejarah, industri dan minat khusus. Wisatawan lebih memilih hotel yang berada di Kecamatan Klojen, dimana pada kecamatan ini memiliki jumlah hotel yang paling banyak dibandingkan dengan kecamatan lainnya. Sedangkan untuk korelasinya, yang berhubungan dengan variabel produk adalah jenis kelamin, status pernikahan dan jumlah pendapatan. Sedangkan yang berhubungan dengan variabel fasilitas penunjang adalah usia dan pendidikan, variabel lokasi dengan status pernikahan serta variabel harga dan promosi dengan status pernikahan. Berdasarkan hasil analisis konjoin, atribut yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan adalah lokasi (kemudahan akses dan kemudahan mendapatkan angkutan umum), produk (kebersihan dan keamanan), harga dan promosi (promosi di media) serta fasilitas penunjang (pelayanan karyawan)

Kata kunci: wisatawan, hotel, analisis tabulas silang, analisis konjoin, preferensi

### ABSTRACT

*Malang is a city in East Java province which is the center for accommodation in Malang Raya. Malang has most amount of hotels compared to Malang Regency and Batu City, as much as 76 units, consisting of star hotels and budget hotels. Based on the Central Bureau of Statistics of Malang City and Batu City, the hotel occupancy rate in Malang is higher than Batu. Although the number of tourists visitors in Batu is higher than, ie as many as 2.041.177, which is ideally would choose an hotel that located near the tourist destination. The research aim to determine the characteristics and preferences of the tourists that visits the tourist destination in Malang and Batu and spend overnight in Malang's hotel. The analysis technique that used in this reserach is the analysis of the frequency distribution, crosstab analysis, chi-square analysis and conjoint analysis. The results of this research is the division tourist characteristics by gender, work type, age, marital status, income, education level and tourist's origin also the attractions by nature, artificial, shopping, history, industry and special interests. Most of the tourists choose the hotels in Klojen, which in this district has most number of hotels compared to others. As for the correlation, which relates to variable products are gender, marital status and income. Whereas relates with supporting facilities variables are age and education level, then location has relates with marital status, and price and promotion variable are relates to marital status. Based on the results of conjoint analysis, the attributes that considered by most of the tourist is the location (ease of access and getting public transportation), product (hygiene and safety), price and promotion (media promotion) and additional facilities (employees service)*

*Keywords: tourists, hotels, crosstab analysis, conjoint analysis, preferences*

## PENDAHULUAN

Dalam Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPP) dan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi, fungsi pariwisata Kota Malang adalah sebagai pusat akomodasi. Hotel merupakan komponen yang paling penting dalam menunjang kegiatan pariwisata pada suatu kota. Usaha perhotelan dalam memberikan layanan yang baik harus didukung dengan sarana dan fasilitas yang memadai. Kota Malang memiliki jumlah hotel yang paling banyak dibandingkan Kabupaten Malang dan Kota Batu. Kota Malang yang merupakan pusat pelayanan kawasan andalan dan pusat akomodasi pariwisata di Malang Raya, memiliki jumlah hotel baik hotel berbintang dan hotel melati yang telah beroperasi sebanyak 76 unit, sedangkan Kota Batu yang memiliki tingkat kunjungan wisata tertinggi dibandingkan Kota Malang dan Kota Batu yakni sebanyak 2.041.177 orang hanya memiliki jumlah hotel sebanyak 64 unit.

Tingkat okupansi hotel di Kota Malang cenderung masih lebih tinggi dibandingkan Kota Batu. Padahal apabila dilihat dari jumlah objek wisata, Kota Batu memiliki jumlah objek wisata yang beragam dibandingkan Kota Malang. Idealnya, wisatawan akan memilih hotel yang berlokasi dekat dengan objek wisata. Namun berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Batu, tingkat okupansi hotel di Kota Batu pada tahun 2013 hanya mencapai 45,92% untuk hotel berbintang dan 22,76% untuk hotel non bintang, sedangkan pada tahun 2014 turun menjadi 36,22% untuk hotel berbintang dan 25,12% untuk hotel non bintang. Hal ini berbeda dengan kondisi Kota Malang dimana berdasarkan data BPS Kota Malang tahun 2013 tingkat okupansi hotel mencapai 48,73% untuk hotel berbintang dan 33,67% bagi hotel non bintang, sedangkan pada tahun 2014 cenderung meningkat menjadi 50,04% untuk hotel bintang dan 33,14% untuk hotel non bintang.

Pada Januari 2015, H. Moch. Anton selaku walikota Malang mengeluarkan larangan pembangunan hotel baru namun beberapa bulan kemudian beliau mencabut moratorium tersebut sehingga pembangunan hotel kembali dibebaskan. Beliau beranggapan bahwa tingkat okupansi hotel di Kota Malang telah mencapai 80% sedangkan pada kondisi eksisting, Herman Soemarjono selaku Ketua Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Kota Malang

menyatakan bahwa tingkat okupansi hotel di Kota Malang belum memenuhi standar okupansi yakni 60%.

Oleh karena itulah penelitian mengenai Preferensi Wisatawan terhadap Pemilihan Hotel di Kota Malang ini perlu dilakukan. Nantinya dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang mendorong wisatawan di Kota Batu dan Kota Malang sehingga memilih akomodasi hotel yang ada di Kota Malang.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif eksploratif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

### A. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan dalam kuisisioner yang digunakan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur.

### B. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan.

### C. Analisis Distribusi Frekuensi

Analisis distribusi frekuensi adalah analisis deskriptif untuk mengidentifikasi karakter karakteristik dari wisatawan yang berkunjung ke objek wisata yang berada di Kota Malang dan Kota Batu serta tipologi hotel di Kota Malang. Adapun output dari analisis ini adalah karakteristik wisatawan yang berkunjung di seluruh objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu dan memilih untuk menggunakan akomodasi hotel di Kota Malang, serta tipologi hotel dan persebarannya di Kota Malang.

### D. Analisis Tabulasi Silang & Chi-Square

Indriatno (1998) mengemukakan bahwa tabulasi silang merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi di antaranya. Definisi lain terkait analisis tabulasi silang menurut Santoso (2000) merupakan metode untuk menganalisis keterkaitan beberapa faktor yang disusun menjadi kolom dan baris. Dalam hal ini, baris merupakan variabel terpengaruh (*dependent variable*) sedangkan kolom merupakan variabel yang mempengaruhi (*independent variable*). Dalam analisis tabulasi silang terdapat sebuah uji yaitu uji chi square dimana hasil dari chi square ini bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya hubungan antara dua variabel.

### E. Analisis Konjoin

Analisis konjoin (*consider jointly*) merupakan sebuah teknik analisis yang dapat digunakan untuk menentukan tingkat kepentingan relatif berdasarkan persepsi pelanggan yang dibawa oleh suatu produk tertentu dan nilai kegunaan yang muncul dari atribut-atrbut produk terkait. Menurut Hasan (2002) dengan mengetahui tingkat kepentingan relatif, maka dapat diketahui desain pilihan yang sesuai dengan kombinasi atribut yang dianggap penting dan mengorbankan atribut yang relatif kurang penting, sehingga mampu menentukan kekuatan relatif masing-masing atribut penelitian sesuai dengan kekuatan pilihan responden.

14	Buatan	Jami'
15	Belanja	Town Square Batu
16	Belanja	Matos
17	Belanja	MOG
18	Belanja	Plaza Sarinah
19	Belanja	Ramayana
20	Belanja	Malang Plaza
21	Industri	Lippo Plaza Batu
22	Industri	Sanan
23	Sejarah	Dinoyo
24	Sejarah	Goa Jepang Coban Talun
25	Sejarah	Candi Badut
26	Sejarah	Mpu Purwa
27	Minat Khusus	Museum Tempo Doeloe
28	Minat Khusus	Banyu Brantas
29	Minat Khusus	Gunung Banyak
30	Minat Khusus	Junrejo
		Kaliwatu

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Wilayah Studi

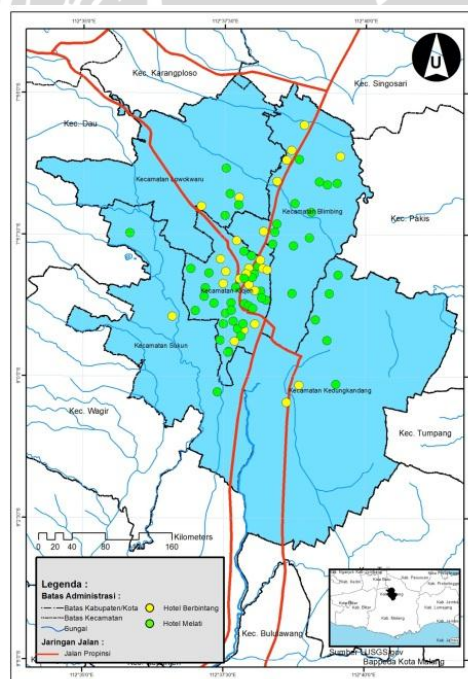
Kota Malang merupakan salah satu dari tiga wilayah yang termasuk dalam kawasan Malang Raya dan secara astronomis terletak pada posisi 112.06° – 112.07° BT, 7,06° – 8.02° LS dan memiliki luas total wilayah sebesar 110,06 ha yang terdiri dari lima kecamatan, yang terdiri dari Kecamatan Kedungkandang, Kecamatan Sukun, Kecamatan Klojen, Kecamatan Blimbing dan Kecamatan Lowokwaru.

Adapun objek wisata yang akan digunakan sebagai objek penelitian ini terbagi menjadi enam jenis objek wisata, yakni objek wisata alam, wisata buatan, wisata belanja, wisata industri, wisata sejarah dan wisata minat khusus. Pembagian objek wisata berdasarkan jenisnya ini didasarkan pada teori yang ada, sedangkan untuk objek wisata yang ada pada masing-masing jenis wisata dipilih berdasarkan tingkat kunjungannya.

**Tabel 1.** Pengelompokan Objek Wisata Berdasarkan Jenis Wisata Alam

No	Jenis Wisata	Nama
1	Alam	Agrokusuma
2	Alam	Cangar
3	Alam	Coban Rais
4	Alam	Taman Alun-Alun Bunder
5	Alam	Taman Hutan Kota
6	Alam	Malabar
7	Alam	Taman Rekreasi Kota
8	Buatan	Senaputra
9	Buatan	BNS
10	Buatan	Jatim Park 1
11	Buatan	Museum Angkut
12	Buatan	Selecta
13	Buatan	Tlogomas
14	Buatan	Taman Alun-Alun Masjid

Sebagaimana terdapat pada RIPP dan RTRW Provinsi Jawa Timur, Kota Malang ditetapkan sebagai pusat akomodasi. Hotel dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis yakni hotel kelas melati dan hotel berbintang. Berikut adalah daftar hotel kelas melati yang terdapat di Kota Malang.



**Gambar 1.** Persebaran Hotel di Kota Malang

Berdasarkan hasil survei, maka didapatkan hasil bahwa terdapat 18 hotel yang terdapat di Kecamatan Blimbing, 6 hotel di Kecamatan Lowokwaru, 44 hotel di Kecamatan Klojen, 3 hotel di Kecamatan Sukun dan 5 hotel di Kecamatan Kedungkandang.

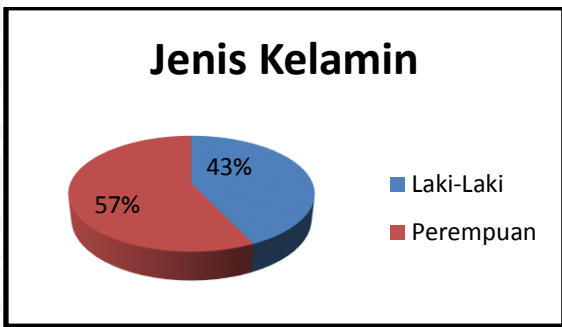
### Karakteristik Wisatawan

Wisatawan yang digunakan sebagai sampel penelitian adalah mereka yang pada saat

penelitian dilakukan sedang mengadakan kunjungan wisata ke objek wisata yang ada di Kota Malang dan Kota Batu serta menginap di hotel yang ada di Kota Malang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang disebar secara merata menurut jenis wisatanya.

**Jenis Kelamin**

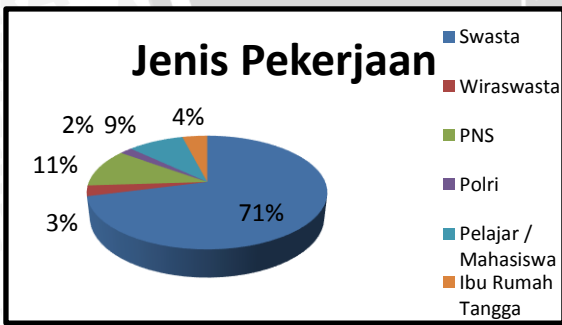
Mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di Kota Malang mayoritas adalah wisatawan berjenis kelamin perempuan dengan persentase 57%. Sedangkan wisatawan berjenis kelamin laki-laki memiliki prosentase 43% dari seluruh wisatawan yang disurvei



**Gambar 2.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

**Jenis Pekerjaan**

Klasifikasi wisatawan berdasarkan jenis pekerjaan dibagi menjadi enam yakni wisatawan dengan pekerjaan swasta, wiraswasta, PNS, Polri, pelajar / mahasiswa dan ibu rumah tangga.



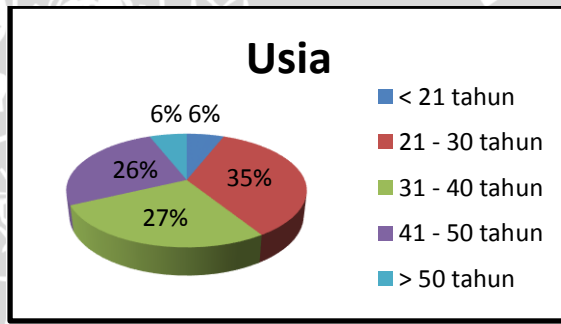
**Gambar 3.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di hotel Kota Malang mayoritas adalah wisatawan dengan latar belakang pekerjaan swasta yakni sebanyak 71% dan wisatawan yang bekerja sebagai Polri dengan prosentase terendah yakni 2%. Sedangkan wisatawan dengan jenis pekerjaan PNS sebanyak

11%, pelajar / mahasiswa sebesar 9%, ibu rumah tangga sebanyak 4%, dan wiraswasta sebesar 3%. Dari hasil ini dapat diketahui bahwa mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan wisata menuju objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu serta menggunakan akomodasi hotel di Kota Malang didominasi oleh wisatawan yang sudah memiliki pekerjaan tetap, namun tidak menutup kemungkinan pula bagi wisatawan dengan latar belakang pelajar / mahasiswa serta ibu rumah tangga.

**Usia**

Pengelompokan wisatawan berdasarkan usia terbagi menjadi kelompok usia < 21 tahun, 21 – 30 tahun, 31 – 40 tahun, 41 – 50 tahun dan > 50 tahun. Pengklasifikasian wisatawan berdasarkan kelompok usia berfungsi untuk mengetahui dominasi wisatawan yang melakukan perjalanan wisata di Kota Malang dan Kota Batu.



**Gambar 4.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Usia

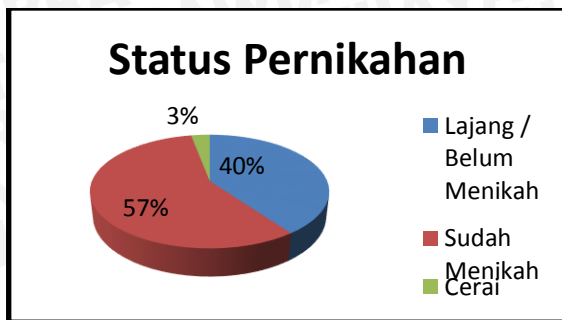
Berdasarkan hasil survei mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di hotel mayoritas adalah wisatawan dengan kelompok usia 21-30 tahun, dimana pada kelompok usia ini merupakan usia produktif dan *first jobber*. Wisatawan yang berada dalam rentang usia 31-40 tahun memiliki prosentase 27% dari seluruh wisatawan, kelompok usia 41-50 tahun sebanyak 26% dan kelompok usia < 21 tahun dan > 50 tahun sama-sama memiliki prosentase 6%. Sehingga dapat diketahui apabila wisatawan yang menuju Kota Batu dan Kota Malang merupakan wisatawan dengan usia produktif bekerja.

**Status Pernikahan**

Pembagian klasifikasi wisatawan berdasarkan status pernikahan dikelompokkan menjadi tiga, yakni lajang / belum menikah, sudah menikah dan cerai. Berdasarkan hasil



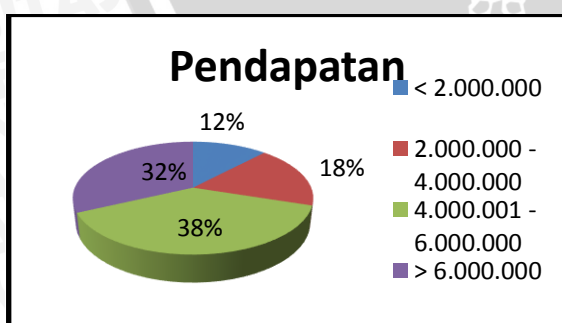
survei maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di mayoritas adalah wisatawan dengan status sudah menikah, yakni sebanyak 57%, wisatawan dengan status lajang / belum menikah sebanyak 40% dan wisatawan dengan status cerai sebanyak 3%.



**Gambar 5.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Status Pernikahan

#### Jumlah Pendapatan

Klasifikasi wisatawan berdasarkan jumlah pendapatan dibagi menjadi empat klasifikasi yakni wisatawan dengan penghasilan kurang dari 2.000.000, 2.000.001 - 4.000.000, 4.000.001 - 6.000.000, dan wisatawan dengan penghasilan lebih dari 6.000.000. Berdasarkan hasil, maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di hotel mayoritas adalah wisatawan dengan pendapatan 4.000.001 - 6.000.000 sebesar 38%. Wisatawan dengan kelompok jumlah pendapatan ini tergolong mampu dan berpendapatan di atas UMP (Upah Minimum Pendapatan) Nasional.

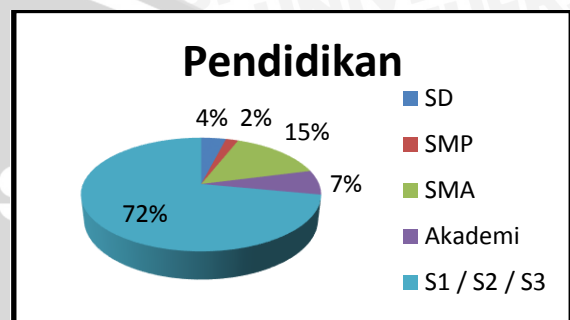


**Gambar 6.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Pendapatan

#### Pendidikan

Wisatawan didasarkan atas tingkat pendidikannya dibagi menjadi lima klasifikasi yakni SD, SMP, SMA, Akademi serta S1/S2/S3.

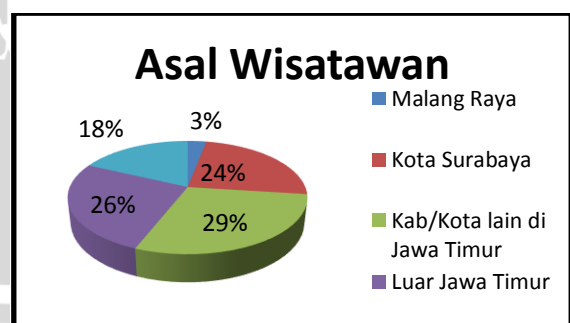
Berdasarkan hasil survei maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas wisatawan yang melakukan perjalanan ke Kota Batu dan Kota Malang dan bermalam di hotel mayoritas adalah wisatawan dengan tingkat pendidikan universitas (S1/S2/S3) yakni sebanyak 72%, wisatawan dengan tingkat pendidikan SMA sebanyak 15%, tingkat pendidikan Akademi sebanyak 7%, tingkat pendidikan SD sebanyak 4% dan tingkat pendidikan SMP sebanyak 2%.



**Gambar 7.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Pendidikan

#### Asal Wisatawan

Wisatawan diklasifikasikan berdasarkan asalnya terbagi menjadi lima kelompok, yakni wisatawan yang berasal dari Malang Raya (Kota Malang, Kota Batu dan Kabupaten Malang), Kota Surabaya, kabupaten / kota lain di Jawa Timur, luar Jawa Timur dan luar Pulau Jawa. Wisatawan diklasifikasikan berdasarkan asalnya terbagi menjadi lima kelompok, yakni wisatawan yang berasal dari Malang Raya (Kota Malang, Kota Batu dan Kabupaten Malang), Kota Surabaya, kabupaten / kota lain di Jawa Timur, luar Jawa Timur dan luar Pulau Jawa.



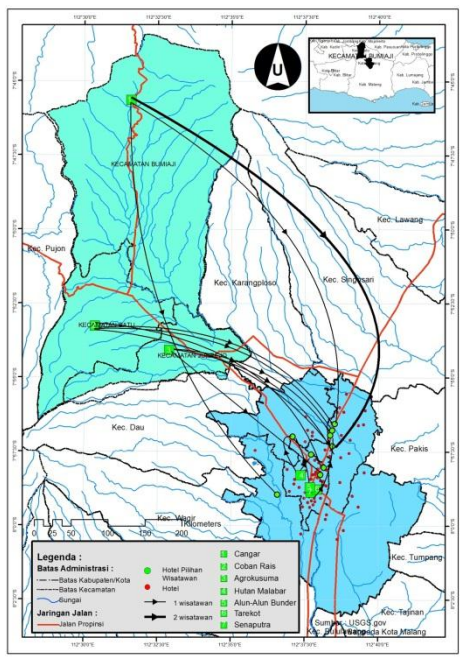
**Gambar 8.** Diagram Wisatawan Berdasarkan Asal

#### Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Objek Wisata Alam

Berdasarkan peta hasil survei terkait pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata alam, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk

menginap di hotel di Kecamatan Blimbing, Lowokwaru, Klojen dan Sukun.

Wisatawan dari objek wisata alam memiliki kecenderungan untuk memilih yang berada di Kecamatan Klojen, yakni 12 wisatawan. Angka ini mencapai 50% dari seluruh wisatawan yang berada di objek wisata alam. Apabila dilihat dari kondisi yang dipilih oleh wisatawan, maka tipologi hotel tersebut adalah hotel-hotel yang memiliki brand yang sudah cukup dikenal oleh wisatawan. Faktor lokasi juga memberikan pengaruh yang cukup signifikan karena seluruh hotel yang terpilih di Kecamatan Klojen ini merupakan hotel-hotel yang terletak di tepi jalan raya provinsi yang menghubungkan Kota Malang dan Kota Surabaya. Karena objek-objek wisata alam yang terdapat di Kota Malang berada di pusat kota, maka wisatawan pun memilih hotel yang berlokasi dekat dengan pusat Kota Malang.



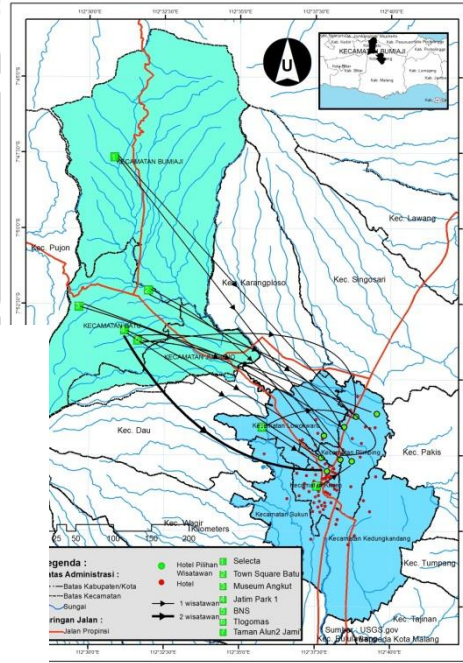
**Gambar 9.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Alam

**Objek Wisata Buatan**

Pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata buatan, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel di Kecamatan Blimbing, Lowokwaru, dan Klojen.

Wisatawan yang berada di objek wisata buatan yang tersebar di Kota Batu dan Kota Malang memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel yang terdapat di Kecamatan Blimbing, dimana berjumlah 10 dari 27 wisatawan yang diambil sampel. Alasan

pemilihan wisatawan adalah karena faktor lokasi dimana hotel-hotel yang dipilih merupakan yang berada di akses jalan utama Kota Malang sehingga memudahkan wisatawan untuk melakukan mobilitas lainnya, serta kemudahan untuk menuju objek wisata lainnya yang terdapat di sekitar hotel.

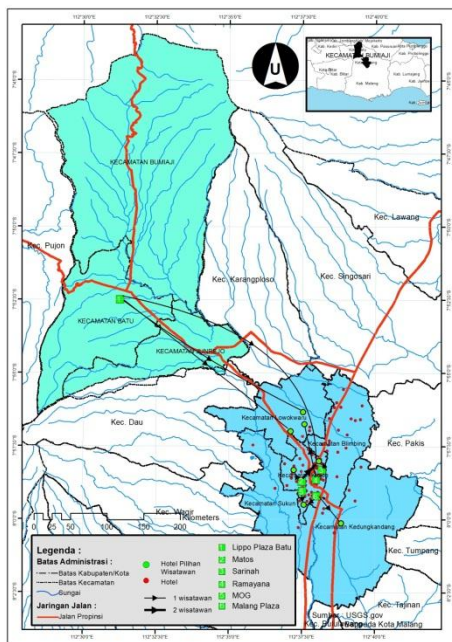


**Gambar 10.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Buatan

**Objek Wisata Belanja**

Berdasarkan peta terkait pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata belanja, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel di Kecamatan Lowokwaru, Sukun, Klojen dan Kedungkandang.

Wisatawan yang berada di objek wisata belanja memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel yang berlokasi dekat dengan objek wisata belanja sendiri. Seperti contoh adalah Hotel Aria Gajayana dan Hotel Swiss Bel Inn yang masing masing berlokasi dekat dengan Mall Olympic Garden (MOG) dan Malang Town Square (MATOS). Wisatawan pada objek wisata ini lebih mengutamakan pada kemudahan wisatawan untuk menuju objek wisata belanja karena umumnya wisatawan ini melakukan perjalanan wisata belanja bukan sebagai kegiatan utama dalam berkunjung ke Kota Malang melainkan mengunjungi kerabat / saudara.



**Gambar 11.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Belanja

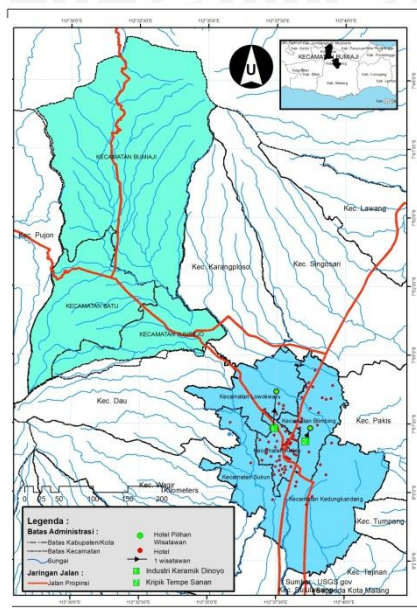
**Objek Wisata Industri**

Pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata industri, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel di Kecamatan Blimbing dan Lowokwaru.

Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata industri yaitu industri keramik dinoyo dan industri kripik tempe sanan umumnya memilih hotel sebagai tempat menginap yang berlokasi dekat dengan objek wisata industri ini. Walaupun kunjungan terhadap objek wisata industri ini bukan merupakan kegiatan wisata utama yang dilakukan oleh wisatawan, namun kebanyakan wisatawan berkunjung untuk membeli cinderamata atau oleh-oleh.

Wisatawan yang berada di objek wisata industri umumnya merupakan wisatawan dengan tujuan wisata sekunder. Hotel yang dipilih pun merupakan melati dan *budget hotel* yang minim fasilitas tambahan dan hanya memilih kamar. Hal ini terlihat dari usia wisatawan yang berada di rentang 41-50 tahun, sehingga jarang menggunakan media promosi secara *online*.

**Gambar 2.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Industri

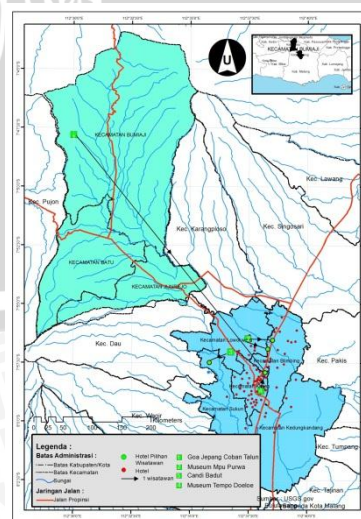


**Gambar 12.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Industri

**Objek Wisata Sejarah**

Berdasarkan peta terkait pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata sejarah, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel di Kecamatan Blimbing, Lowokwaru, Sukun dan Klojen.

Wisatawan yang berkunjung ke objek wisata sejarah yang ada di Kota Malang dan Kota Batu memiliki pemilihan hotel dengan klasifikasi melati. Faktor harga merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh 10 wisatawan yang diambil sampelnya di objek wisata sejarah.

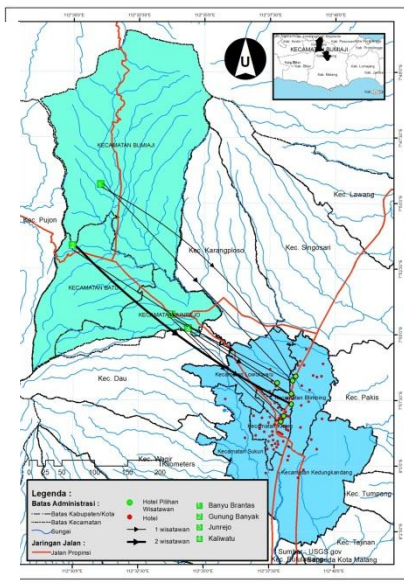


**Gambar 13.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Sejarah

**Objek Wisata Minat Khusus**

Pemilihan hotel oleh wisatawan yang berada di objek wisata minat khusus, wisatawan yang berada di objek wisata ini memiliki kecenderungan untuk menginap di hotel di Kecamatan Blimbing, dan Klojen.

Meskipun empat objek wisata yang dijadikan sebagai objek penelitian wisata minat khusus berlokasi di Kota Batu, namun hal ini tidak menutup kemungkinan bagi wisatawan untuk memilih hotel tidak berdasarkan kedekatan lokasi melainkan fasilitas dan brand dari hotel tersebut. Terlihat bahwa pemilihan hotel hanya terdapat di Kecamatan Blimbing dan Klojen saja bukan di kecamatan Lowokwaru yang berlokasi lebih dekat dengan Kota Batu.



**Gambar 14.** Pemilihan Hotel oleh Wisatawan Berdasarkan Objek Wisata Minat Khusus

Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu serta bermalam menggunakan akomodasi hotel di Kota Malang umumnya memilih hotel yang berada di Kecamatan Klojen dengan prosentase wisatawan sebesar 47% atau sebanyak 47 orang. Selain Kecamatan Klojen, sebanyak 31% wisatawan memilih untuk menginap di hotel yang berada di Kecamatan Blimbing. Sedangkan di Kecamatan Lowokwaru sebanyak 16%, Kecamatan Sukun sebanyak 3% dan Kecamatan Kedungkandang sebesar 1%.

Sebesar 17% wisatawan memilih Hotel MaxOne untuk tempat bermalam. Sedangkan 14,9% memilih untuk menginap di Hotel Savana dan Hotel Kartika Graha, 12,8% di Best Western OJ Hotel, 10,6% di Hotel Aria Gajayana, 8,5% di

Hotel Tugu Park, 4,2% memilih De' Boutique Hotel dan Hotel Trio Indah II, serta 2,1% memilih Hotel Citihub Grand Alimar, Hotel Gets, Hotel Regents, Hotel Same, Hotel Helios dan Hotel Trio Indah I.

Berdasarkan hasil analisis, maka didapatkan hasil bahwa hotel yang diminati oleh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Kota Malang dan Kota Batu dan bermalam di hotel di Kota Malang adalah hotel berbintang, yakni Hotel Maxone, Hotel Kartika Graha, Hotel Savana, Hotel Tugu Park, Best Western OJ Hotel dan Hotel Aria Gajayana. Hotel berbintang umumnya memiliki fasilitas dan tingkat kenyamanan yang lebih baik dibandingkan dengan hotel melati. Fasilitas yang ditawarkan pun beragam, sehingga membuat wisatawan merasa nyaman bermalam di hotel-hotel tersebut.

**Analisis Tabulasi Silang**

Berdasarkan hasil analisis tabulasi silang maka didapatkan beberapa karakteristik wisatawan yang memiliki hubungan terhadap variabel penelitian. Adapun hasil analisis tabulasi silang dan chi square yang memiliki nilai signifikan terdapat pada tabel berikut.

**Tabel 2.** Hasil Analisis Tabulasi Silang

N o	Karakteristik	Variabel	X <sup>2</sup> hitung	X <sup>2</sup> tabel	Kontingensi	Assym. Sig
1	Jenis Kelamin	Produk	9.823	5.990	0.313	0.007
2	Usia	Fasilitas Penunjang	11.314	9.490	0.336	0.023
3	Status Pernikahan	Produk Lokasi	42.017	9.490	0.648	0.000
		Harga dan Promosi	38.735	5.990	0.622	0.000
4	Jumlah Pendapatan	Produk	17.070	12.590	0.413	0.009
5	Pendidikan	Fasilitas Penunjang	9.816	9.490	0.313	0.044

**Analisis Konjoin**

Berdasarkan analisis konjoin yang dilakukan, maka didapatkan nilai kepentingan atribut dan nilai utilitas taraf. Semakin besar nilai kepentingan atribut maka semakin besar pula pengaruh wisatawan terhadap variabel tersebut. Sedangkan untuk nilai utilitas taraf, apabila bernilai positif (+) maka taraf tersebut merupakan taraf yang dipertimbangkan oleh wisatawan, sedangkan apabila bernilai negatif



cenderung kurang dipertimbangkan oleh wisatawan.

**Tabel 3.** Nilai Kepentingan Atribut dan Utilitas Taraf Wisatawan

Atribut	Nilai Kepentingan Atribut	Taraf	Nilai Utilitas Taraf
Produk	35.574	Brand	-0,262
		Kebersihan	0,246
		Keamanan	0,017
Fasilitas Penunjang	2.218	Fasilitas tambahan	-0,016
		Pelayanan karyawan	0,016
		Kedekatan dengan pusat kota	-0,056
		Kedekatan dengan pemberhentian transportasi	-0,238
Lokasi	36.415	Kedekatan dengan objek wisata	-0,070
		Kemudahan akses	0,282
		Kemudahan mendapatkan angkutan umum	0,082
		Harga dan Promosi	-0,184
Harga dan Promosi	25.794	Harga	-0,184
		Promosi di media	0,184

Berdasarkan tabel maka dapat dilihat bahwa atribut lokasi memegang peranan paling penting bagi wisatawan dalam memilih suatu hotel, karena memiliki nilai kepentingan atribut paling tinggi dibandingkan atribut lainnya yakni 36.415. Taraf yang dipertimbangkan dalam atribut lokasi ini adalah kemudahan akses dan kemudahan dalam mendapatkan angkutan umum dengan nilai taraf masing-masing 0,282 dan 0,082.

Atribut yang menjadi pertimbangan lainnya adalah produk dengan nilai kepentingan atribut 35.574 dengan taraf yang paling dipertimbangkan oleh wisatawan untuk pemilihan hotel adalah taraf kebersihan dan keamanan dengan nilai taraf 0,246 dan 0,017. Selain lokasi dan produk, harga dan promosi juga merupakan atribut yang dipertimbangkan oleh wisatawan dengan nilai kepentingan atribut 25.794, dimana promosi merupakan taraf yang paling dipertimbangkan dengan nilai utilitas taraf 0,184. Promosi yang dimaksud dapat berupa promosi di media cetak atau media internet.

Atribut yang dipertimbangkan lainnya oleh wisatawan adalah atribut fasilitas penunjang

dimana memiliki nilai utilitas terendah dibandingkan dengan atribut lainnya yakni 2.218. Taraf yang dipertimbangkan dalam atribut ini adalah pelayanan karyawan dengan nilai utilitas taraf 0,016.

**Tabel 4.** Preferensi Wisatawan Terhadap Pemilihan Hotel di Kota Malang

No	Karakteristik Wisatawan	Variabel	Taraf yang Dipertimbangkan
1	▪ Jenis Kelamin	Produk	▪ Kebersihan
	▪ Status Pernikahan		▪ Keamanan
	▪ Jumlah Pendapatan		
2	▪ Usia	Fasilitas Penunjang	▪ Pelayanan karyawan
	▪ Pendidikan		
3	▪ Status Pernikahan	Lokasi	▪ Kemudahan akses
			▪ Kemudahan mendapatkan angkutan umum
4	▪ Status Pernikahan	Harga dan Promosi	▪ Promosi di media

Berdasarkan hasil analisis tabulasi silang dan konjoin, maka didapatkan hasil bahwa pembagian karakteristik wisatawan berdasarkan jenis kelamin memiliki hubungan terkait variabel produk pada penelitian. Sedangkan sub variabel produk yang dipertimbangkan oleh wisatawan dalam pemilihan hotel adalah sub variabel kebersihan dan keamanan.

Pembagian wisatawan berdasarkan usianya, berpengaruh terhadap pemilihan hotel berdasarkan fasilitas penunjang yang ditawarkan. Sedangkan sub variabel yang dipertimbangkan adalah pelayanan karyawan. Hal ini berarti seluruh kelompok usia wisatawan mengharapkan adanya pelayanan yang baik dari karyawan hotel. Adapun pelayanan yang baik ini meliputi kesigapan pelayanan, keramahan pelayanan, serta kesigapan karyawan dalam menanggapi *complain handling*.

Wisatawan apabila diklasifikasikan menjadi status pernikahannya, dibedakan menjadi tiga yakni wisatawan lajang, sudah menikah dan cerai. Adapun pembagian wisatawan berdasarkan status pernikahan ini berhubungan terhadap pemilihan hotel berdasarkan variabel produk, lokasi serta harga dan promosi. Produk yang dipertimbangkan adalah sub variabel kebersihan dan keamanan, sedangkan sub variabel lokasi yang dipertimbangkan adalah kemudahan akses dan

kemudahan dalam mendapatkan angkutan umum, sedangkan variabel harga dan promosi lebih pada promosi yang dilakukan oleh pihak baik di media cetak atau internet.

Sedangkan wisatawan berdasarkan jumlah pendapatannya memiliki hubungan terkait produk yang ditawarkan dan sub variabel yang dipertimbangkan adalah kebersihan dan keamanan. Hal ini berarti bahwa wisatawan dengan jumlah pendapatan berapapun mengharapkan hotel yang bersih baik di lingkungan maupun sekitarnya serta aman dari hal-hal yang mengancam wisatawan.

Pembagian karakteristik wisatawan berdasarkan pendidikannya berhubungan terhadap variabel fasilitas penunjang. Sedangkan sub variabel yang dipertimbangkan adalah pelayanan karyawan. Hal ini berarti seluruh kelompok wisatawan dengan tingkat pendidikan SD mengharapkan adanya pelayanan yang baik dari karyawan hotel. Adapun pelayanan yang baik ini meliputi kesigapan pelayanan, keramahan pelayanan, serta kesigapan karyawan dalam menanggapi *complain handling*.

## KESIMPULAN

- 1) Karakteristik wisatawan yang melakukan kegiatan objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu diklasifikasikan menjadi 7 macam. Berdasarkan jenis kelamin didominasi oleh perempuan berjumlah 57 orang, jenis pekerjaannya didominasi swasta sebanyak 71 orang, usia mayoritas berkisar antara 21-30 tahun, status pernikahan mayoritas sudah menikah sebanyak 57 orang, dengan pendapatn mayoritas antara 4-6 juta sebanyak 38 wisatawan, dan pendidikan S1 serta berasal dari kabupaten / kota lain di Jawa Timur.
- 2) Mayoritas wisatawan yang berkunjung ke objek wisata di Kota Malang dan Kota Batu serta bermalam menggunakan akomodasi hotel di Kota Malang umumnya memilih hotel yang berada di Kecamatan Klojen dengan prosentase wisatawan sebesar 47% atau sebanyak 47 orang. Selain Kecamatan Klojen, sebanyak 31% wisatawan memilih untuk menginap di hotel yang berada di Kecamatan Blimbing. Sedangkan di Kecamatan Lowokwaru sebanyak 16%, Kecamatan Sukun sebanyak 3% dan Kecamatan Kedungkandang sebesar 1%. Sebesar 17% wisatawan yang memilih hotel di Kecamatan Klojen memilih

Hotel MaxOne untuk tempat bermalam. Sedangkan 14,9% memilih untuk menginap di Hotel Savana dan Hotel Kartika Graha, 12,8% di Best Western OJ Hotel, 10,6% di Hotel Aria Gajayana, 8,5% di Hotel Tugu Park, 4,2% memilih De' Boutique Hotel dan Hotel Trio Indah II, serta 2,1% memilih Hotel Citihub Grand Alimar, Hotel Gets, Hotel Regents, Hotel Same, Hotel Helios dan Hotel Trio Indah I.

- 3) Karakteristik wisatawan yang berhubungan terhadap atribut adalah jenis kelamin dengan produk, usia dengan produk, status pernikahan dengan produk, lokasi serta harga dan promosi, serta pendidikan dengan fasilitas penunjang.
- 4) Berdasarkan analisis konjoin, urutan taraf yang mendasari pemilihan hotel oleh wisatawan adalah atribut lokasi, produk, harga dan promosi serta fasilitas penunjang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Hasan, Iqbal. 2002. *Pokok-Pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Indriatno, dkk. 1998. *Aplikasi Analisis Tabulasi Silang (Crosstab) dalam Perencanaan Wilayah dan Kota*, Jurnal PWK no 2
- Santoso, Singgih. 2002. *Buku Latihan SPSS Statistika Parametrik*, Jakarta: Elex Media Komputindo, PT
- Bappeda Kota Batu. 2008. *Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Batu 2008-2028*.
- Bappeda Kota Batu. 2014. *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Batu 2014-2029..*
- Bappeda Kota Malang. 2008. *Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Malang 2008-2028*.
- Bappeda Kota Malang. 2013. *Penyusunan Naskah Akademis dan Rancangan Peraturan Walikota tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Kota Malang*.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata