

Analisis Faktor yang Mempengaruhi Lama Tinggal (*Length of Stay*) Wisatawan di Kabupaten Kebumen

I. Pendahuluan

Kabupaten Kebumen yang terletak di tengah Pulau Jawa memungkinkan dilalui oleh banyak wisatawan. Untuk itu sebenarnya Kabupaten Kebumen sangat potensial dapat mengembangkan perekonomian daerah melalui kegiatan kepariwisataan. Seperti dijelaskan dalam UU Kepariwisata Republik Indonesia Tahun 2009 Pasal 4 bahwa kegiatan pariwisata bertujuan untuk : (a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat; (c) Menghapus kemiskinan; (d) Mengatasi pengangguran; (e) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumberdaya; (f) Memajukan kebudayaan; (g) Mengangkat citra bangsa; (h) Memupuk rasa cinta tanah air; (i) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; dan (j) Mempererat persahabatan antarbangsa.

Hakekatnya, ada empat bidang pokok yang dipengaruhi oleh usaha pengembangan pariwisata, yaitu ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan hidup. Pengembangan pariwisata yang telah dikembangkan oleh pemerintah maupun pihak swasta melalui peningkatan jumlah kedatangan wisatawan dari suatu daerah ke daerah lain. Kunjungan wisatawan akan merangsang interaksi sosial wisatawan dengan penduduk di sekitar tempat wisata dan merangsang tanggapan dan aktivitas masyarakat sekitarnya sesuai dengan kemampuan mereka dalam beradaptasi baik di bidang perekonomian, kemasyarakatan, maupun kebudayaan (Soebagyo, 2012).

Peningkatan perekonomian daerah melalui kegiatan kepariwisataan dapat berkembang apabila wisatawan dapat tinggal di suatu daerah lebih lama. Faktor-faktor yang mempengaruhi lama tinggal tidak terlepas dari peranan dua arah, yaitu dari tempat wisata maupun dari wisatawan.

- a. Faktor dari Tempat Wisata (Syahadat, 2006 ; Atiko dkk, 2016; Azri, 2013) yaitu (a) Objek dan Daya Tarik Wisatawan; (b) Pemasaran; (c) Fasilitas/Infrastruktur; (d) Tata laksana (pelayanan, keamanan, serta kenyamanan); (e) Tipe Akomodasi yang Tersedia; (f) Stabilitas Daerah
- b. Faktor dari wisatawan yang terdiri dari (a) Tingkat Kesejahteraan; (b) Alasan berwisata; (c) Jarak Tempat Tinggal

Menurut Barros dan Machado (2010), lama tinggal wisatawan akan mendorong wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata lain pada daerah yang sama sehingga mendorong wisatawan untuk membelanjakan uang lebih banyak di daerah tersebut sehingga mendorong pemasukan ke daerah tempat wisata. Lama tinggal juga merepresentasikan karakteristik wisatawan serta daya tarik wisata, tata kelola, akses atau keterjangkauan, pemasaran, fasilitas, dan keadaan di tempat wisata sehingga dapat disusun keputusan pengembangan yang tepat untuk meningkatkan sebab lama tinggal wisatawan. Berdasarkan uraian permasalahan tersebut, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan

II. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui faktor lama tinggal wisatawan di Kabupaten Kebumen.
2. Membuat perencanaan pengembangan wisata di Kabupaten Kebumen kaitannya dengan mendorong faktor lama tinggal wisatawan di Kabupaten Kebumen.

III. Metode Penelitian

Penelitian lama tinggal wisatawan di Kabupaten Kebumen ini menggunakan *mix method*. Teknik *sampling* yang digunakan untuk penelitian ini berupa *purposive sampling*. Teknik pengambilan sampel *purposive sampling* digunakan untuk menentukan obyek wisata dan hotel yang diambil pengunjungnya sebagai responden. Dalam penelitian ini diambil 25 hotel/penginapan, dan 8 obyek wisata sebagai sampel. Pengambilan sampel obyek wisata didasarkan pertimbangan obyek yang sudah lama tetapi kurang diminati pengunjung, obyek lama dan diminati pengunjung, obyek baru yang masih sepi, dan obyek baru yang sangat diminati pengunjung.

Persepsi wisatawan terhadap kualitas dan distribusi fasilitas pendukung di lokasi wisata diperoleh menggunakan teknik *incidental sampling* terhadap pengunjung hotel dan pengunjung obyek wisata yang berasal dari luar Kabupaten Kebumen dan sekitarnya. Informan/responden tersebut juga untuk memperoleh data tentang persepsi wisatawan terkait pengembangan lokasi wisata dan keinginan untuk tinggal lebih lama. Pemilihan wisatawan di obyek wisata didasarkan dari plat kendaraan yang dipakai. *Key person* utama yang ditetapkan untuk mengetahui persepsi masyarakat terkait pengembangan lokasi wisata adalah Dinas pariwisata, Kepala Kelurahan dan pengelola lokasi wisata.

IV. Hasil dan Pembahasan

Kabupaten Kebumen mempunyai kondisi wilayah topografi sebagai daerah pantai dan pegunungan, namun sebagian besar merupakan dataran rendah. Sesaat bagian selatan Kabupaten Kebumen merupakan dataran rendah, sedangkan pada bagian utara berupa pegunungan dan perbukitan yang merupakan bagian dari rangkaian Pegunungan Serayu Selatan. Sementara itu di barat wilayah Gombong, terdapat Kawasan Karst Gombong Selatan sebuah rangkaian pegunungan kapur yang membujur hingga pantai selatan berarah utara-selatan. Daerah ini memiliki lebih dari seratus gua berstalaktit dan stalagmit yang merupakan potensi wisata.

IV.1. Lama Tinggal Wisatawan

Jumlah hotel di Kabupaten Kebumen sudah cukup banyak. Pada tahun 2017 di Kabupaten Kebumen sudah ada 32 hotel dengan berbagai tingkatan fasilitas. Untuk hotel berbintang 4 baru ada 2 buah hotel. Secara jumlah hotel dan jumlah kamar sebenarnya sudah memadai, namun lama tinggal pengunjung atau tamu hotel masih belum menggembirakan. Hasil penelitian menunjukkan masih banyak hotel yang dikunjungi rata-rata hanya dalam waktu 1,47 hari.

Pada hari biasa atau bukan hari libur Sabtu Minggu tamu hotel tidak tinggal dalam waktu yang lama. Fluktuasi tamu yang datang ke hotel ini mulai naik pada saat-saat lebaran atau hari-hari besar lainnya dan pada saat libur panjang, sehingga jika dirata-rata lama tinggal wisatawan yang menginap di hotel masih sangat kecil. Sebenarnya lama tinggal wisatawan tidak hanya yang bermalam di hotel, seperti misalnya wisatawan yang menginap di rumah saudara. Namun data yang ada dan dapat dianalisis dalam jangka waktu lama hanya wisatawan yang bermalam di hotel.

IV.2. Faktor yang mempengaruhi Lama Tinggal

Faktor-faktor yang mempengaruhi lama tinggal tidak terlepas dari peranan dua arah, yaitu dari tempat wisata maupun dari wisatawan.

(1) Faktor dari Tempat Wisata: Objek dan Daya Tarik Wisatawan di Kabupaten Kebumen sangat banyak, namun pemasaran masih kurang. Tidak adanya kebersamaan dalam pemasaran, masing-masing obyek wisata memasarkan sendiri. Banyak obyek wisata yang belum

memanfaatkan fasilitas pemasaran modern seperti media social instagram,.pemanfaatan leaflet bersama, pembuatan event terpadu, dan sebagainya. Fasilitas/Infrastruktur juga berpengaruh besar. Jalan merupakan faktor penting dalam kegiatan ekonomi terutama pariwisata. Jalan di Kabupaten Kebumen sudah baik namun kendaraan atau transportasi yang menghubungkan antar obyek wisata dan juga antara obyek dengan hotel belum ada sehingga wisatawan kesulitan untuk mengakses obyek yang ada. Tipe akomodasi yang tersedia atau hotel sudah mencukupi namun lokasinya jauh dari obyek wisata. Hotel yang ada sepertinya tidak diperuntukan bagi wisatawan yang ingin berkunjung di kabupaten Kebumen, namun lebih kepada orang yang bepergian atau untuk transit.

(2) Faktor dari wisatawan adalah alasan berwisata dan asal wisatawan. Wisatawan yang berada di Kabupaten Kebumen dibagi menjadi dua yaitu untuk berekreasi (cometer, migran), dan untuk berkegiatan bisnis profesional (pegawai, transit passager). Perbedaan jenis wisatawan ini dipengaruhi oleh asal wisatawan cometer biasanya wisatawan berasal dari daerah sekitar kebumen dan migran adalah penduduk dari Jauh seperti Bandung, Jakarta namun sebenarnya orangtuanya berasal dari Kebumen. Wisatawan ini merupakan wisatawan yang paling potensial untuk pengembangan perekonomian daerah, karena wisatawan ini dapat tinggal lama di kebumen, hanya tidak tinggal di hotel melainkan di rumah orang tua atau saudara.

IV. 3. Strategi Pengembangan

Kabupaten Kebumen mempunyai banyak keunggulan wilayah, namun masih ada beberapa kendala dalam pengembangannya. Berdasarkan analisis SWOT pengembangan kegiatan pariwisata di Kabupaten Kebumen melalui peningkatan lama tinggal dapat dilakukan dengan beberapa cara

1. Menjalin kerjasama dengan instansi terkait untuk membuat pemasaran hotel (Airyroom).
2. Membuat leaflet bersama yang berisi obyek wisata seluruh Kabupaten Kebumen dan diberikan ke seluruh hotel yang ada
3. Menjaring segmen pasar dari wisatawan backpacker.
4. Membuat agenda wisata tahunan agar wisatawan dapat mengetahui dari jauh hari dan mempromosikannya secara viral di media sosial yang diakses oleh para wisatawan.
5. Mengembangkan homestay di dekat obyek wisata, bukan hotel di tengah kota.
6. Meningkatkan potensi migran asli Kebumen dan meningkatkan remitan di Kabupaten Kebumen