

STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI SEPEDA: BERDASARKAN KARAKTERISTIK LINGKUNGAN DAN KEGIATAN PADA ERA PASCA-PANDEMI COVID-19

Prisca Bicawasti Budi Sutanty¹, Hanson E. Kusuma², Rizki Dwika Aprilian³

¹Institut Teknologi Bandung, email: prisca.bicawasti@gmail.com

²Institut Teknologi Bandung, email: hekusuma@gmail.com

³Institut Teknologi Bandung, email: rizki.dwika@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi pengembangan destinasi bersepeda berdasarkan karakteristik lingkungan dan aktivitas pada era pasca-pandemi COVID-19. Dengan meningkatnya minat bersepeda sebagai aktivitas rekreasi selama pandemi, penelitian ini mengeksplorasi faktor-faktor yang memengaruhi pemilihan destinasi oleh pesepeda. Menggunakan pendekatan metode campuran, tahap pertama mencakup analisis kualitatif untuk mengidentifikasi motivasi pesepeda, diikuti oleh analisis kuantitatif eksplanatori untuk mengungkap hubungan antara karakteristik lingkungan, aktivitas, serta peluang dan risiko yang dihadapi. Hasilnya menunjukkan bahwa karakteristik lingkungan seperti kenyamanan, spot foto, suasana tenang, dan kuliner sangat memengaruhi pemilihan destinasi. Selain itu, kegiatan rekreatif seperti menikmati suasana alam dan berinteraksi sosial juga menjadi daya tarik utama. Faktor risiko terkait penularan COVID-19 relatif tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pesepeda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa destinasi bersepeda yang nyaman, terawat, dan menawarkan kuliner bervariasi memiliki peluang lebih besar untuk menarik kunjungan berulang dan rekomendasi dari pengunjung.

Kata kunci: aktivitas pesepeda, destinasi pesepeda, karakteristik lingkungan, peluang risiko.

Info Artikel:

Dikirim: 13 Agustus 2024; Revisi: 12 September 2024; Diterima: 23 September 2024; Diterbitkan: 30 September 2024



©2024 The Author(s). Published by Arsitekno, Architecture Program, Universitas Malikussaleh, Aceh, Indonesia under the Creative Commons Attribution 4.0 International License (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

1. PENDAHULUAN

Olahraga bersepeda menjadi salah satu primadona setelah munculnya COVID-19 dan pemberlakuan pembatasan fisik [1]. Berdasarkan data Institute for Transportation and Development Policy (ITDP), terjadi peningkatan jumlah pesepeda sekitar 10 kali lipat saat pemberlakuan PSBB transisi bulan Juni 2020 di Jakarta [2]. Salah satu hal yang menjadi pertimbangan adalah pesepeda dapat tetap berjarak dan tetap memakai masker sebagai usaha proteksi diri [1], [3].

Selain menjadi pilihan yang aman untuk menjaga jarak fisik selama pandemi, bersepeda juga diminati karena berbagai manfaat kesehatan yang ditawarkannya. Di tengah situasi pandemi yang penuh tekanan, banyak orang mulai menyadari bahwa bersepeda tidak hanya mendukung protokol kesehatan, tetapi juga menjadi sarana untuk menjaga kebugaran fisik serta kesehatan mental seperti menurunkan tingkat stres, depresi, dan kegelisahan [4]. Bersepeda termasuk dalam jenis olahraga rekreasi yang membutuhkan waktu senggang untuk bisa mendapatkan kepuasan emosional [5]. Selain pemilihan rute perjalanan, pesepeda umumnya juga memilih destinasi yang akan dituju sehingga mendapat kepuasan tersebut.

Meningkatnya tren bersepeda belakangan ini, memberikan kesempatan destinasi pesepeda dapat lebih berkembang. Penelitian ini mengungkapkan bahwa terdapat tiga dimensi penting dalam destinasi pesepeda yang memiliki hubungan sebab akibat. Penelitian ini bertujuan untuk

mengeksplorasi dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi pesepeda untuk mengunjungi destinasi pesepeda.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif dengan desain metode campuran sekuensial [6] yang terdiri dari penelitian eksploratif dan eksplanatori [7]. Penelitian tahap pertama menggunakan metode kualitatif eksploratif untuk menghimpun data mengenai motivasi pemilihan destinasi pesepeda yang paling sering responden kunjungi. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner daring secara bebas (*non-random sampling*) dan menggunakan teknik *convenience sampling* [8]. Kuesioner penelitian kualitatif disebarkan kepada beberapa komunitas pesepeda dari tanggal 4 hingga 9 September 2021. Dalam lima hari, terkumpul 110 jawaban dari responden. Tahap ini digunakan sebagai pendekatan teori dasar (*grounded theory approach*) [9] dengan pertanyaan terbuka (*open-ended*) sehingga responden dapat menjawab secara bebas.

Data teks kemudian dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif *content analysis* dan metode kuantitatif analisis distribusi. *Content analysis* bertujuan untuk mengetahui motivasi responden dalam memilih objek tujuan pesepeda dan analisis distribusi digunakan untuk menemukan jumlah frekuensi dari jawaban yang paling sering muncul. Jawaban kemudian dianalisis dengan mengkategorisasi kata kunci yang mewakili kelompoknya. Dari hasil *content analysis* ditemukan 16 motivasi pesepeda memilih destinasi pesepeda yang paling sering mereka kunjungi. 16 motivasi tersebut adalah terdapat kuliner, sejuk, teduh, udara segar, asri, tenang, santai, nyaman, menyegarkan, pemandangan indah, spot foto, spot viral, sepi, bersih, aman, dan tidak berkerumun. Data kemudian ditambah menggunakan studi literatur yang menghasilkan 11 motivasi lain antara lain luas, *outdoor area*, *indoor area*, elemen air, vegetasi peneduh, pola lanskap, terawat oleh pengelola, dapat menjaga jarak, terdapat tempat mencuci tangan, pengunjung taat protokol, dan menggunakan peduli lindungi. 27 motivasi ini selanjutnya akan dikembangkan pada tahap dua.

Tahap ke-dua adalah penelitian kuantitatif eksplanatori. Kata kunci yang ada pada penelitian pertama kemudian dikonfirmasi pada penelitian ke-dua. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengungkap hubungan sebab akibat antara dimensi karakteristik lingkungan, kegiatan, dan peluang risiko destinasi pesepeda. Pertanyaan kuesioner mengenai alasan responden mengunjungi destinasi pesepeda kemudian dibagi menjadi dua kategori yaitu karakteristik lingkungan dan kegiatan yang dilakukan. Beberapa kata kunci juga ditambahkan sebagai hasil dari studi teoretis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner daring secara bebas (*non-random sampling*) dan menggunakan teknik *convenience sampling* [8] pada tanggal 7 November 2021 dan ditutup pada 14 November 2021. Data yang terkumpul sejumlah 120 responden, namun data yang diolah adalah 118 responden yang memiliki objek tujuan saat bersepeda.

Kuesioner terdiri dari atas pertanyaan tertutup (*close-ended*) dengan menggunakan tingkat skala pengukuran *likert* 5 poin yang dapat dilihat pada Tabel 1. Kelompok pertanyaan tentang karakter lingkungan termasuk kuliner, lingkungan alami, suasana, pemandangan indah, ruang terbuka, spot foto, dan protokol kesehatan. Sementara kelompok pertanyaan kegiatan termasuk bercengkerama, berkuliner, mengambil foto, menikmati suasana, olahraga, referensi pribadi, dan relaksasi. Serta kelompok peluang risiko termasuk risiko keuangan, risiko waktu, kesehatan, dan peluang intensi.

Data pada pertanyaan tertutup berupa data numerik yang kemudian dianalisis menggunakan *factor analysis* (FA) secara kuantitatif. Selanjutnya dilakukan *principal component analysis* (PCA) dengan *varimax rotation* untuk mendapatkan dimensi yang mewakili variabel terukur. *Eigen value* digunakan untuk menentukan jumlah dimensi dengan *loading score* dibawah 0.5 pada variabel terukur dianggap tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap dimensi. Selanjutnya hubungan korelasi antar dimensi diidentifikasi menggunakan analisis multivariat.

Semua responden merupakan pesepeda yang menjadikan kegiatan bersepeda menjadi sebuah hobi dan bukan sebagai alat transportasi utama. Selain itu, semua responden juga merupakan pesepeda yang memiliki tempat tujuan saat bersepeda atau tempat beristirahat.

Responden memiliki latar belakang yang berbeda-beda. Dari data yang terkumpul diketahui responden berdomisili di berbagai kota seperti Yogyakarta (18.64%), Bekasi (15.25%), Jakarta (12.71%), Bogor (10.17%), Bandung (7,27%), Lampung (6,36%), Semarang (5,45%), Magelang (4,55%), Sukabumi (2,73%), Surakarta (2,73%), Depok (1,82%), dan dengan masing-masing 0,91% adalah Cilegon, Grobongan, Rangkasbitung, Boyolali, Klaten, Muntilan, Salatiga, Sidoarjo, Purwokerto, Madiun, Kediri, Kudus, Sumenep, dan Kuala Kapuas. Responden berjenis kelamin pria mendominasi pada penelitian ini dengan rasio 7:1. Mayoritas responden berada pada rentang usia 28-51 tahun dan lebih dari lima tahun menekuni hobi ini.

Tabel 1. Contoh Pertanyaan Tertutup

Kategori	Contoh Pertanyaan								
	Apa alasan Anda memilih destinasi pesepeda tersebut?								
Karakter Lingkungan	Terawat	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	Sangat setuju	
	Spot Foto	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	Sangat setuju	
	Tidak Berkerumun	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	Sangat setuju	
	kenyamanan	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	Sangat setuju	
	Kuliner	Sangat tidak setuju	1	2	3	4	5	Sangat setuju	
	Apa saja kegiatan yang Anda lakukan di Destinasi tersebut?								
Kegiatan	Jogging	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Menjelajah	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Berbincang	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Berteduh	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Menikmati Suasana	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Apakah Anda merasa khawatir terhadap hal-hal ini saat berada di destinasi tersebut?								
Peluang Risiko	Harga Mahal	Sangat rendah	1	2	3	4	5	Sangat tinggi	
	Tingkat COVID-19 di destinasi	Sangat rendah	1	2	3	4	5	Sangat tinggi	
		Apakah Anda melakukan hal-hal di bawah ini?							
	Mengunjungi destinasi direkomendasikan	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
	Merekomendasikan destinasi	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering	
		Datang kembali	Tidak pernah	1	2	3	4	5	Sangat sering

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Dimensi Karakter Lingkungan

Karakteristik lingkungan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya sebuah ruang [10]. Dimensi ini dapat menimbulkan efek domino terhadap kegiatan yang dapat berlangsung serta pengaruh jangka panjang seperti peluang risiko. Terdapat 27 variabel terukur dari kelompok faktor motivasi eksternal atau karakteristik lingkungan pemilihan objek tujuan pesepeda. Berdasarkan nilai *eigenvalue* dengan analisis faktor, diperoleh 5 faktor yang mewakili 27 variabel terukur tersebut yaitu terawat, spot foto, tidak berkerumun, sejuk, dan kuliner.

Faktor pertama adalah terawat yang mewakili pemeliharaan, pengelolaan, dan penyediaan fasilitas di destinasi pesepeda. Faktor ini memiliki nilai rata-rata yang rendah, sehingga tidak terlalu signifikan dalam dimensi karakter lingkungan. Perawatan dan pengelolaan merupakan kegiatan yang dilakukan pemilik atau pengurus destinasi untuk memastikan lingkungan dan sosial mendukung kegiatan terselenggara di tempat tersebut. Penyediaan fasilitas dalam hal ini merupakan perlengkapan fisik untuk memudahkan pengunjung dalam melakukan berbagai macam aktivitas [11]. Nilai rata-rata tertinggi berada pada variabel terukur aman dan bersih. Hal ini dapat dihubungkan dengan keadaan setelah munculnya virus COVID-19 sehingga pengunjung menjadi lebih berhati-hati dengan tempat rekreasi. Variabel pola lanskap memiliki indeks di bawah 0.50 sehingga dapat dikatakan variabel ini tidak relevan dan tidak memiliki kontribusi besar terhadap dimensi.

Faktor ke-dua adalah spot foto. Faktor ini mewakili variabel terukur spot foto dan tempat viral. Namun indeks variabel luas berada dibawah 0.5 sehingga dianggap tidak relevan. Spot foto merupakan tempat fotogenik sehingga wisatawan kemudian tergerak untuk merekam dan membagikannya ke media sosial. Spot foto menjadi salah satu strategi destinasi digital yang diinisiasi oleh Kementerian Pariwisata tahun 2018. Melalui konten foto dan video, persepsi positif pengunjung semakin mudah terbentuk dan dimungkinkan untuk menjadi viral. Terjadi interaksi berbagi pengalaman berekreasi saat berekreasi. Tema dan konsep yang terwujud dalam obyek rekreasi dan properti menjadi daya tarik tersendiri [12].

Faktor ke-tiga adalah tidak berkerumun yang termasuk menjaga jarak, sepi, dan elemen air. Meskipun di dalamnya terdapat elemen air, namun kecenderungan variabel lain merepresentasikan tentang kualitas lingkungan sekitar yang tenang. Faktor ini masih dipengaruhi sebagian besar oleh adanya pandemi COVID-19. Pengunjung masih menyadari pentingnya tidak berkerumun dan menjaga jarak.

Faktor ke-empat adalah kenyamanan yang mewakili variabel terukur kenyamanan fisiologis dan psikologis. Dimana kenyamanan fisiologis merupakan keadaan yang secara langsung dapat dirasakan oleh badan dalam bentuk visual, audial, ataupun motorik. Variabel terukur dalam nyaman fisiologis termasuk sejuk, teduh, asri, udara segar, banyak pohon, pemandangan indah. Sementara kenyamanan psikologis adalah keadaan yang dirasakan oleh perasaan dan jiwa. Nilai rata-rata faktor kenyamanan berada pada tingkat kedua tertinggi karena adanya kecenderungan pesepeda sadar akan kesehatan fisiologis dan psikologis. Variabel terukur dalam nyaman psikologis termasuk menyegarkan, nyaman, tenang, dan santai. Kenyamanan fisiologis memiliki pengaruh terhadap kenyamanan psikologis. Hal ini dibuktikan saat seseorang berolahraga sambil menikmati pemandangan sekitar khususnya alam hijau, maka pikiran akan berbebas dari stres dan melepaskan kejenuhan [13].

Faktor ke-lima adalah kuliner yang mewakili variabel terukur kuliner dan area. Variabel ini memiliki α (*Cronbach's Alpha*) kurang dari 0.5 yang berarti kurang bisa menjelaskan fenomena atau kurang dipercaya sebagai penyusun sebuah teori. Namun hal ini dapat terjadi karena sedikitnya jumlah variabel terukurnya. Menurut penelitian tentang hipotesis *glukostatik*, seseorang akan lapar saat tingkat glukosa dalam darah menurun [14]. Olahraga adalah salah atau kegiatan yang membutuhkan energi besar, peran glukosa sangat penting menjadi asam piruvat sebagai elemen penyusun energi. Saat glikogen pada cadangan jangka pendek dalam tubuh sudah terpakai maka seseorang akan merasa lapar [15]. Sehingga sangat masuk penalaran sebuah destinasi menjajakan kuliner untuk mengisi tenaga para pesepeda yang umumnya akan kembali bersepeda untuk kembali ke titik keberangkatan.

Tabel 2. Faktor Analisis Karakter Lingkungan

Variabel Terukur	Mean	Factor Loading	Eigen Value	% of variance	Cum %	α
Faktor Terawat	3.24		4.46	16.53	44.26	0.87
Pemeliharaan	3.63	0.77				
Pengunjung taat protokol	3.39	0.69				
Cuci tangan	3.47	0.68				
Aman	3.84	0.65				
Bersih	3.74	0.65				
Pedulilindungi	2.36	0.65				
Indoor area	1.91	0.58				
Pola lanskap	3.55	0.41				
Faktor Spot Foto	3.33		2.05	7.60	65.65	0.73
Spot foto	3.57	0.74				
Tempat Viral	3.09	0.71				
Luas	3.93	0.43				
Faktor Tidak berkerumun	3.46		3.72	13.79	58.05	0.84
Tidak berkerumun	3.55	0.81				
Menjaga jarak	3.78	0.71				

Variabel Terukur	Mean	Factor Loading	Eigen Value	% of variance	Cum %	α
Sepi	3.14	0.67				
Elemen air	3.38	0.53				
Faktor Kenyamanan	3.85		7.49	27.74	27.74	0.96
Sejuk	3.76	0.87				
Teduh	3.73	0.86				
Asri	3.87	0.86				
Udara segar	3.92	0.84				
Menyegarkan	3.97	0.82				
Banyak Pohon	3.86	0.75				
Pemandangan indah	3.86	0.71				
Nyaman	3.88	0.71				
Tenang	3.68	0.71				
Santai	3.93	0.65				
Faktor Kuliner	3.87		1.78	6.66	72.31	0.45
Kuliner	3.50	0.829				
Outdoor area	4.24	0.520				

3.2 Dimensi Kegiatan

Terdapat lima dimensi pada kelompok faktor kegiatan yang memiliki *eigenvalue* lebih dari satu dari analisis faktor. Tabel 3 menampilkan lima faktor dalam dimensi kegiatan antara lain produktif, menjelajah, berbincang, beristirahat, dan rekreasi. Lima faktor tersebut merepresentasikan 26 variabel terukur.

Faktor pertama adalah kegiatan produktif dengan nilai rata-rata terendah sehingga responden cenderung tidak melakukannya. Faktor ini mewakili variabel terukur *jogging*, bekerja, lari, belanja, membaca, mengambil uang, dan makan malam. Meskipun cenderung tidak dilakukan, namun beberapa kegiatan seperti *jogging* dan lari sangat penting dilakukan sebagai pendinginan pasca olahraga. Duduk santai atau berdiri tanpa adanya gerakan pendinginan diyakini memicu terjadinya peningkatan tekanan vena yang mengakibatkan PEH (*Post Exercise Hypotension*) dan berujung PES (*Post Exercise Syncope*) yang berupa keram atau bahkan hilangnya kesadaran dan kematian mendadak [16]. Hal yang sebaiknya dilakukan adalah *recovery* aktif dalam 5-10 menit seperti berjalan santai, melakukan gerakan tertentu sehingga aliran darah dapat kembali menuju jantung secara perlahan dan perfusi bekerja dengan normal [17].

Faktor ke-dua adalah menjelajah yang memiliki nilai rata-rata yang cukup rendah sehingga faktor ini cenderung tidak dilakukan oleh responden. Faktor ini mewakili menjelajah dan makan siang. Kegiatan menjelajah yang dimaksud adalah berkeliling area destinasi yang dikunjungi. Sementara makan siang yang dimaksudkan adalah menyantap makanan berat. Hal ini juga disampaikan oleh peneliti yang menganjurkan lebih baik menyantap camilan ringan berprotein setelah 15-30 menit. Sementara untuk makanan berat dianjurkan 3-4 jam setelah berolahraga [18].

Faktor ke-tiga adalah berbincang mewakili variabel terukur berbincang, bergurau, berkumpul, berdiskusi, memakan camilan, dan sarapan. Kecenderungan responden bersepeda adalah pagi hari, sehingga kegiatan camilan dan sarapan cukup sering dilakukan di destinasi pesepeda. Sejalan dengan itu, selain meningkatkan kebugaran dari berolahraga, pesepeda juga bertujuan untuk bersosialisasi dengan mitra bersepeda. Karena 60.17% responden memiliki hubungan dengan mitra sebagai teman, kolega, atau komunitas.

Faktor ke-empat adalah beristirahat yang mewakili variabel terukur berteduh, beristirahat, dan bersantai. Faktor ini cenderung sering dilakukan oleh pesepeda karena memiliki nilai rata-rata tertinggi ke-dua. Bersepeda umumnya dilakukan di luar ruangan dan terpapar langsung oleh terik matahari, sehingga berteduh sangat dibutuhkan seraya beristirahat dan bersantai. Peregangan otot akibat melakukan kegiatan berat atau kegiatan cepat juga membutuhkan waktu

kembali normal dengan beristirahat dan bersantai. Sehingga periodisasi termasuk batasan durasi dan intensitas harus cukup.

Faktor ke-lima adalah rekreasi yang mewakili variabel terukur berupa menikmati suasana, melihat pemandangan, menghirup udara segar, melakukan foto, bersepeda, melakukan swafoto, berputar-putar, dan minum. Pesepeda memiliki kecenderungan untuk melakukan kegiatan-kegiatan tersebut karena memiliki nilai rata-rata tertinggi. Semakin tinggi *factor loading* maka kegiatan tersebut sering dilakukan oleh responden. Tiga kegiatan dengan *factor loading* tertinggi memiliki hubungan erat dengan rekreasi alam. Hal ini menjadi salah satu motivasi pesepeda yaitu merasa segar dan gairah terasa tenang karena mereka terlepas dari rutinitas bekerja yang monoton [19].

Tabel 3. Faktor Analisis Kegiatan

Variabel Terukur	Mean	Factor Loading	Eigen Value	% of variance	Cum %	α
Faktor Produktif	1.83		4.94	18.99	39.71	0.93
Jogging	2.12	0.88				
Bekerja	1.68	0.86				
Lari	2.00	0.85				
Belanja	1.81	0.84				
Membaca	1.80	0.84				
Mengambil uang	1.76	0.79				
Makan malam	1.62	0.58				
Faktor Menjelajah	2.77		1.53	5.87	71.11	0.55
Menjelajah	3.12	0.62				
Makan siang	2.42	0.61				
Faktor Berbincang	3.12		4.28	16.44	56.15	0.90
Berbincang	3.16	0.91				
Bergurau	3.20	0.90				
Berkumpul	3.14	0.88				
Berdiskusi	2.93	0.87				
Memakan camilan	3.03	0.60				
Sarapan	3.28	0.53				
Faktor Beristirahat	3.60		2.36	9.09	65.24	0.91
Berteduh	3.56	0.82				
Beristirahat	3.48	0.79				
Bersantai	3.77	0.63				
Faktor Rekreasi	3.75		5.39	20.72	20.72	0.89
Menikmati suasana	3.92	0.83				
Melihat pemandangan	3.91	0.81				
Menghirup udara segar	3.92	0.78				
Melakukan foto	3.66	0.75				
Bersepeda	4.22	0.70				
Melakukan Swafoto	3.42	0.68				
Berputar-putar	3.10	0.57				
Minum	3.84	0.54				

3.3 Dimensi Peluang dan Risiko

Tabel 4 menjelaskan dimensi peluang risiko yang terdiri atas 15 variabel terukur. Hasil dari analisis faktor diperoleh tiga faktor, kekhawatiran dan penularan COVID-19 sebagai risiko, serta faktor peluang. Faktor risiko memiliki nilai rata-rata yang rendah Pesepeda cenderung tidak cemas pada risiko dan lebih memandang peluang.

Faktor pertama adalah kekhawatiran yang mengandung aspek finansial, waktu dan sosial. Kekhawatiran memiliki nilai rata-rata yang rendah. Faktor ini mewakili variabel terukur harga mahal, biaya lebih, tidak nyaman, membuang waktu, dan cemas sebagai variabel terukur. Faktor ke-dua adalah penularan COVID-19 yang mewakili tingkat kekhawatiran penularan COVID-19 di destinasi, tingkat kekhawatiran penularan COVID-19 di daerah domisili, tingkat kekhawatiran responden akan tertular COVID-19, dan protokol kesehatan di destinasi.

Faktor ke-tiga yaitu rekomendasi yang mewakili variabel mengunjungi destinasi lain yang direkomendasikan, merekomendasikan destinasi, datang kembali, mengajak mitra, mencari destinasi lain yang populer, dan membayangkan destinasi saat masih berada di perjalanan. Pesepeda condong mudah terpengaruh dan memberikan pengaruh atas rekomendasi dari mitra pesepeda. Jenis pemasaran ini sering disebut sebagai *Word of Mouth Marketing* (WOMM), sebuah komunikasi antar pengguna untuk menginformasikan, membujuk, dan meningkatkan daya tarik pendengar termasuk di dalamnya pengalaman [20]. Sementara variabel terukur membayangkan destinasi saat masih bersepeda cenderung kurang dilakukan oleh responden.

Tabel 4. Faktor Analisis Persepsi Akibat

Variabel Terukur	Mean	Factor Loading	Eigen Value	% of variance	Cum %	α
Faktor Risiko Kekhawatiran	2.13		3.72	24.80	51.74	0.90
Harga mahal	2.89	0.87				
Biaya lebih	2.33	0.86				
Tidak nyaman	2.00	0.77				
Membuang waktu	1.95	0.70				
Cemas	1.97	0.68				
Faktor Risiko Penularan COVID-19	2.36		3.23	21.55	73.29	0.91
Tingkat COVID-19 di destinasi	2.23	0.90				
Tingkat COVID-19 di domisili	2.22	0.89				
Tertular COVID-19	2.25	0.85				
Protokol kesehatan di destinasi	2.75	0.51				
Faktor Peluang	3.53		4.04	26.94	26.94	0.90
Destinasi lain yang direkomendasikan	3.65	0.87				
Merekomendasikan destinasi	3.53	0.85				
Datang kembali	3.69	0.82				
Mengajak mitra	3.35	0.81				
Destinasi lain yang populer	3.53	0.78				
Membayangkan	3.42	0.73				

3.4 Regresi Multivariat

Setelah melakukan FA, regresi multivariat dilakukan untuk mencari hubungan antara variabel terukur yang ada pada ke-tiga dimensi (Tabel 5). Dimensi karakter lingkungan menjadi penggerak utama pesepeda dalam memilih destinasi. Penelitian sebelumnya mengungkapkan bahwa setting fisik atau karakteristik lingkungan memiliki pengaruh terhadap pola aktivitas suatu tempat [21]. Kemudian mempengaruhi dimensi kegiatan dan peluang risiko. Hubungan kemudian diperjelas dalam model regresi multivariat pada Gambar 1.

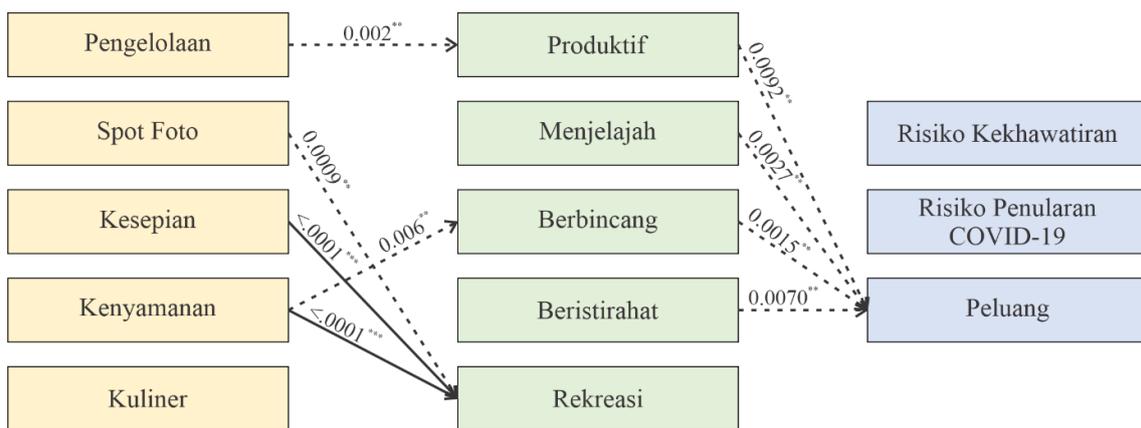
Variabel terukur karakter lingkungan yang paling berpengaruh adalah tingkat tidak berkerumun dan kenyamanan. Pesepeda cenderung lebih memilih destinasi yang bernuansa seperti sejuk, teduh, tidak berkerumun, dan tetap menjaga jarak. Pesepeda tidak hanya ingin meningkatkan kebugaran tubuh, namun juga ingin melakukan kegiatan rekreasi seperti menikmati suasana, melihat pemandangan, menghirup udara segar, dan melakukan foto. Kegiatan ini juga dipengaruhi oleh karakter lingkungan spot foto, karena ada tidaknya spot foto dan tempat viral juga menjadi pertimbangan pesepeda yang signifikan.

Karakter lingkungan kenyamanan juga mempengaruhi kegiatan berbincang di destinasi tujuan. Sementara karakter lingkungan pengelolaan seperti destinasi yang terawat dan taat protokol pengunjung lain memiliki pengaruh terhadap kegiatan produktif seperti jogging, bekerja, dan lari. Namun baik variabel terukur pengelolaan (Tabel 2) dan produktif (Tabel 3) memiliki nilai rata-rata yang rendah, sehingga dapat diasumsikan bahwa variabel terukur ini tidak menjadi pertimbangan yang berarti.

Kelompok variabel terukur peluang berhubungan dengan direkomendasikan, merekomendasikan, datang kembali dengan mengajak mitra menjadi variabel yang paling terpengaruh. Saat pesepeda dapat melakukan kegiatan produktif, menjelajah, berbincang, dan beristirahat, maka akan semakin kuat destinasi tersebut memiliki dampak positif untuk diketahui dan dikunjungi banyak orang. Sementara risiko kekhawatiran dan penularan COVID-19 tidak terlalu memiliki hubungan yang kuat pada Karakter Lingkungan maupun Kegiatan.

Tabel 5. Hasil Analisis Multifariat Regresi

<i>Dependent</i>		Kegiatan					Peluang Risiko			
		Produktif	Menjelajah	Berbincang	Beristirahat	Rekreasi	Risiko Kekhawatiran	Risiko Penularan COVID-19	Peluang	
<i>Independent</i>	Karakter Lingkungan	Terawat	0.002**	0.017*	0.85	0.05	0.78	0.25	0.0296*	0.83
	Spot Foto	0.028*	0.09	0.10	0.77	0.0009**	0.24	0.53	0.50	
	Tidak Berkerumun	0.18	0.029*	0.12	0.41	<.0001***	0.25	0.80	0.08	
	Kenyamanan	0.36	0.24	0.006**	0.05	<.0001***	0.94	0.70	0.41	
	Kuliner	0.04	0.016*	0.027*	0.023*	0.25	0.26	0.0242*	0.11	
Kegiatan	Produktif	1	0	0	0	0	0.0354*	0.25	0.0092**	
Menjelajah	0	1	0	0	0	0.24	0.14	0.0027**		
Berbincang	0	0	1	0	0	0.0174*	0.56	0.0015**		
Beristirahat	0	0	0	1	0	0.10	0.83	0.0070**		
Rekreasi	0	0	0	0	1	0.47	0.72	0.0160*		



Gambar 1. Model Regresi Multivariat antara Karakter Lingkungan, Kegiatan, dan Peluang Risiko

3.5 Terapan Hasil

Dimensi karakter lingkungan merupakan faktor fundamental dalam sebuah destinasi pesepeda. Tersedianya karakter lingkungan akan mendukung pesepeda untuk melakukan berbagai macam kegiatan di tempat tersebut. Meskipun karakter lingkungan tidak memiliki

hubungan langsung terhadap dimensi peluang risiko secara sangat signifikan, namun tetap memiliki hubungan melalui dimensi kegiatan. Sehingga semakin terpenuhinya karakteristik lingkungan dan kegiatan berlangsung, maka peluang sebuah destinasi untuk direkomendasikan ke pesepeda lain akan semakin besar. Begitu pula dengan keinginan pesepeda untuk datang kembali dan mengajak mitra lain. Tabel 6 merupakan rangkuman implikasi desain yang dapat diterapkan dalam dimensi karakter lingkungan yaitu faktor terawat, spot foto, tidak berkerumun, kenyamanan, dan *kuliner*. Semakin besar nilai mean, maka akan semakin berpengaruh pada dimensi kegiatan dan peluang.

Para penggerak bisnis rumah makan atau kafe sangat memiliki peluang yang besar untuk memfokuskan target pasar mereka kepada pesepeda. Tersedianya kuliner pada sebuah destinasi menjadi tujuan utama pesepeda singgah pada tempat tersebut. Variasi kuliner, cara menyajikan, dan jenis tempat duduk serta variasi kapasitas sangat mungkin dikembangkan. Faktor selanjutnya adalah kenyamanan yang membutuhkan nuansa alam pada tempat tersebut, sehingga pesepeda dapat merasa tenang dan sepi sebagai faktor ke-tiga. Baik disengaja maupun tidak disengaja, para pengunjung akan menemukan spot foto terbaik untuk mereka unggah dimedia sosial sehingga menjadi salah satu bentuk promosi untuk tempat destinasi. Faktor pengelolaan menjadi salah satu kunci berlangsungnya destinasi agar tetap baik dan terawat. Perancangan awal sangat menentukan keberhasilan destinasi.

Tabel 6. Hasil Analisis Multifariat Regresi

Isu Desain	Mean	Kriteria Desain	Mean	Perencanaan	Perancangan
Terawat	3.24	Pemeliharaan	3.63	• Perawatan berkala	
		Pengunjung taat protokol	3.39	• Pembatasan jarak • Pengawasan protokol	• Pengaturan jarak prabot
		Cuci tangan	3.47		• Menyediakan tempat mencuci tangan
		Aman	3.84	• Pengawasan keamanan	• Terdapat parkir sepeda • Minim ruang mati • Pengaturan pencahayaan
		Bersih	3.74	• Pembersihan berkala	• Menggunakan material solid dan tidak berpori
		Peduli lindungi	2.36	• Pendaftaran aplikasi PeludiLindungi	• Pola sirkulasi terarah • Pintu pengecekan
		Indoor area	1.91		• Ruang dengan atap dan dinding mengelilingi
		Pola lanskap	3.55		• Menyediakan area taman, elemen air, dan sirkulasi
Faktor Spot Foto	3.33	Spot foto	3.57		• Pemilihan material, nuansa, dan bentuk ruang yang menarik atau sedang tren • Meminimalisir sekat • Membuat bukaan yang lebar untuk membiaskan ruang dalam dan luar
		Tempat Viral	3.09		
		Luas	3.93		
Faktor Tidak Berkerumun	3.46	Tidak berkerumun	3.55	• Pembatasan pengunjung	• Mengatur program ruang yang tersebar
		Menjaga jarak	3.78	• Pengawasan berkala	• Peletakan material
		Sepi	3.14		• Memasang elemen peredam suara
		Elemen air	3.38	• Perawatan	• Menambah elemen air dalam/luar ruangan

Isu Desain	Mean	Kriteria Desain	Mean	Perencanaan	Perancangan
Faktor Kenyamanan	3.85	Sejuk	3.76		<ul style="list-style-type: none"> Melengkapi vegetasi dalam ruangan Membuat bukaan yang lebar
		Teduh	3.73		<ul style="list-style-type: none"> Memperbanyak vegetasi peneduh
		Asri	3.87		<ul style="list-style-type: none"> Memperbanyak jenis tanaman dan bunga Menambahkan seni taman/<i>sculpture</i>
		Udara segar	3.92	<ul style="list-style-type: none"> Memisahkan area merokok dan tidak 	<ul style="list-style-type: none"> Bentuk ruangan yang ramping sehingga memungkinkan <i>cross ventilation</i>
		Menyegarkan	3.97		
		Banyak Pohon	3.86		<ul style="list-style-type: none"> Memperbanyak jenis vegetasi
		Pemandangan indah	3.86		<ul style="list-style-type: none"> Mengarahkan pandangan ke arah lanskap
		Nyaman	3.88	<ul style="list-style-type: none"> Menjaga ketertiban 	<ul style="list-style-type: none"> Material dengan alam
		Tenang	3.68	<ul style="list-style-type: none"> Menciptakan aroma wangi-wangian 	<ul style="list-style-type: none"> Elemen peredam suara
		Santai	3.93		<ul style="list-style-type: none"> Melengkapi berbagai jenis tempat duduk dan variasi kapasitas
Faktor Kuliner	3.87	Kuliner	3.50	<ul style="list-style-type: none"> Menyediakan variasi makanan dan minuman 	
		<i>Outdoor area</i>	4.24		<ul style="list-style-type: none"> Area duduk ruang luar yang tetap terlindungi

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyoroti peningkatan tren bersepeda setelah pandemi COVID-19 sebagai peluang untuk mengembangkan destinasi pesepeda yang lebih terfokus. Terdapat tiga dimensi utama yang mempengaruhi destinasi pesepeda yaitu karakteristik lingkungan, aktivitas yang dilakukan, dan risiko serta peluang yang muncul.

Penelitian menemukan bahwa karakteristik lingkungan seperti faktor terawat, spot foto, tidak berkerumun, kenyamanan, dan kuliner berperan penting dalam menarik minat pesepeda. Faktor ini memberikan dampak langsung pada kenyamanan fisik dan psikologis pesepeda serta memengaruhi pengalaman keseluruhan mereka saat bersepeda di destinasi yang dipilih. Faktor kenyamanan dan tidak berkerumun memiliki pengaruh signifikan terutama dalam konteks pascapandemi, ketika pesepeda cenderung mencari tempat yang sepi dan aman.

Pada faktor analisis kegiatan terdapat lima kegiatan utama yang dilakukan oleh pesepeda saat berada di destinasi, yakni produktif, menjelajah, berbincang, beristirahat, dan rekreasi. Pesepeda lebih sering melakukan kegiatan yang bersifat rekreatif seperti menikmati suasana alam, melihat pemandangan, dan beristirahat. Kegiatan berbincang juga menjadi penting, terutama bagi pesepeda yang mencari interaksi sosial saat bersepeda.

Pada faktor persepsi akibat meliputi kekhawatiran terkait risiko finansial, waktu, dan penularan COVID-19. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pesepeda cenderung lebih fokus pada peluang positif, seperti keinginan untuk merekomendasikan destinasi, datang kembali, dan mengajak mitra bersepeda. Risiko terkait penularan COVID-19 relatif tidak berpengaruh besar terhadap keputusan pesepeda dalam memilih destinasi.

Hasil analisis regresi multivariat menunjukkan hubungan yang kuat antara karakteristik lingkungan dan kegiatan yang dilakukan pesepeda. Karakter lingkungan seperti kenyamanan

dan tidak berkerumun sangat memengaruhi kegiatan rekreasi dan berbincang. Selain itu, faktor spot foto juga menjadi elemen penting yang memengaruhi kegiatan rekreasi dan berbagi pengalaman melalui media sosial. Hubungan antara karakteristik lingkungan dan peluang untuk datang kembali atau merekomendasikan destinasi juga signifikan.

Berdasarkan temuan ini, terapan yang dapat dilakukan oleh pengelola destinasi meliputi peningkatan fasilitas dan pemeliharaan destinasi, serta penyediaan elemen yang mendukung kegiatan rekreasi dan sosial pesepeda. Destinasi dengan suasana yang nyaman, sejuk, dan menyediakan kuliner yang bervariasi akan memiliki peluang lebih besar untuk menjadi destinasi favorit pesepeda. Selain itu, pengelolaan yang baik, promosi berbasis media sosial, serta penyediaan spot foto dapat meningkatkan daya tarik destinasi dan mendorong kunjungan berulang. Dengan demikian, pengelola destinasi pesepeda disarankan untuk fokus pada pengembangan fasilitas dan lingkungan yang mendukung pengalaman bersepeda yang menyenangkan, baik secara fisik maupun sosial, sehingga pesepeda merasa aman dan ingin kembali mengunjungi destinasi tersebut.

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Hong, D. McArthur, and V. Raturi, "Did safe cycling infrastructure still matter during a covid-19 lockdown?," *Sustainability*, vol. 12, no. 20, pp. 1–15, Oct. 2020, doi: 10.3390/SU12208672.
- [2] D. D. L. Putra, W. P. Kurniawan, and Puspodari, "Survei minat masyarakat bersepeda pada masa pandemi covid-19 di Kecamatan Patianrowo Kabupaten Nganjuk Tahun 2020," *Indonesian Journal of Kinanthropology (IJOK)*, vol. 1, no. 1, pp. 70–75, Jan. 2021, doi: 10.26740/IJOK.V1N1.P70-75.
- [3] I. Ramdani, "Analysis of the cycling trend during the pandemic of covid 19 towards small and medium enterprises (UMKM) income," *International Journal of Social Science and Business*, vol. 4, no. 4, pp. 528–535, Dec. 2020, doi: 10.23887/IJSSB.V4I4.29610.
- [4] Y. Herdyanto, Nurhasan, M. A. Al Ardha, D. Agustia, A. M. Sholikhah, and L. W. Fathir, *Mental health condition during covid-19 pandemic in trained and non-trained adults*. Atlantis Press, 2020. doi: 10.2991/ASSEHR.K.201201.242.
- [5] T. Hidayat, M. Hudah, and U. H. Zhannisa, "Survey minat masyarakat untuk olahraga rekreasi bersepeda pada masa pandemi covid 19 di Kabupaten Demak," *Journal of Physical Activity and Sports (JPAS)*, vol. 1, no. 1, pp. 80–88, Dec. 2020, doi: 10.53869/JPAS.V1I1.17.
- [6] J. Creswell, *Research Design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. California: Sage Publications Inc, 2008.
- [7] L. Groat and D. Wang, *Architectural research methods*. Canada: John Wiley and Sons Inc, 2002.
- [8] Ranjit. Kumar, *Research methodology*, 2nd ed. London: Sage Publications Inc, 2005.
- [9] J. Creswell, *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Boston: Pearson Education, Inc, 2012.
- [10] A. Andreas, I. Nurjannah, and A. Saleh, "Karakteristik lingkungan dan perilaku masyarakat kawasan permukiman nelayan di sekitar Teluk Kendari (Studi kasus: Kelurahan Puunggaloba Dan Kelurahan Benu-Benu)," *Jurnal Arsitektur NALARs*, vol. 13, no. 2, pp. 274–282, 2014.
- [11] I. Faradisa, L. Budi, and M. Minarsih, "Analisis pengaruh variasi produk, fasilitas, dan kualitas pelayanan terhadap minat beli ulang konsumen pada Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Café)," *Journal of Management*, vol. 2, no. 2, pp. 1–13, 2016.
- [12] A. S. A. Purnomo and M. R. P. Kusuma, "Di era pariwisata destinasi digital," *MUDRA Jurnal Seni Budaya*, vol. 34, no. September, pp. 319–324, 2019.
- [13] A. Adiono, Y. Bakhtiar, Y. Supatmo, M. Muniroh, and T. Hadianti, "Perbandingan efek olahraga indoor dan outdoor terhadap tingkat stres mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro.," *Jurnal Kedokteran Diponegoro*, vol. 7, no. 2, pp. 1088–1098, 2018.
- [14] L. Mayer, *Food chemistry*. Westport: The AVI Publishing Company Inc, 1982.
- [15] N. Carlson and W. Buskist, *Psychology; The science of behaviour*, 5th ed. Boston: Allyn and Bacon, 1997.
- [16] D. Sieck, J. Halliwill, S. Romero, T. Buck, and M. Ely, "Blood pressure regulation X: What happens when the muscle pump is lost? post-exercise hypotension and syncope," *European Journal of Applied Physiology*, vol. 114, no. 3, pp. 561–578, 2014.
- [17] I. Sandi, "Influence of physical activity on blood pressure," in *International Joint Conference APCHI*, New Zealand: Ergofuture, 2014, p. Section I – IAIFI.
- [18] R. Jäger *et al.*, "International society of sports nutrition position stand: Protein and exercise," *Journal of the International Society of Sports Nutrition*, vol. 14, no. 1, pp. 1–25, 2017, doi: 10.1186/s12970-017-0177-8.
- [19] N. Pendit, *Ilmu pariwisata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 2004.
- [20] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing management*, 12th ed. New Jersey: Pearson, 2006.

- [21] M. S. Adhitama, “Faktor penentu setting fisik dalam beraktifitas di ruang terbuka publik: Studi kasus Alun – Alun Merdeka Kota Malang,” *Review of Urbanism and Architectural Studies*, vol. 11, no. 2, pp. 1–9, 2013, doi: 10.21776/ub.ruas.2013.011.02.1.