



## **Strategi Pengembangan Wisata Bersepeda Berdasarkan Karakteristik Motivasi Pesepeda Urban (Pada Grup Sepeda TOC dan JGC-SCAM)**

**Tb. Adinda Laksana<sup>1</sup>, Heryadi Rachmat<sup>2</sup>, Rusdin Tahir<sup>3</sup>**

### **Affiliation**

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Pasca Sarjana Pariwisata Berkelanjutan, Universitas Padjajaran

### **Correspondence**

Tb. Adinda Laksana Rusdin Tahir. Sekolah Pasca Sarjana Pariwisata Berkelanjutan, Universitas Padjajaran Jl. Dipati Ukur 35 40132 Bandung.  
E-mail: [adinda18027@mail.unpad.ac.id](mailto:adinda18027@mail.unpad.ac.id)

### **Abstract**

Sports for some people is not only a necessity of daily life, but also has been considered a lifestyle. By doing sports not only get body fitness but also get many other benefits. This Sports Trend is also a lifestyle that is growing rapidly in urban communities, with the increasing number of community groups who routinely do the type of sports that can be done between the limitations of time. Cycling is one activity that is much in demand by urbanites. The emergence of cycling groups in urban communities is a reflection of the need for exercise while recreation outdoors. There are various kinds of motivations for cyclists, from just wanting to exercise, traveling, reducing the effects of air pollution, saving fuel, and avoiding traffic, looking for new experiences and challenges, friendship, to just looking for self-actualization. To find out the type of motivation for cycling activities in urban communities, a questionnaire was carried out on cycling groups and other cycling enthusiasts. The questionnaire results obtained can classify and characterize urban cyclists based on characteristics and motivations, and determine the strategies for developing urban cyclist tourism by analyzing internal IFAS and external EFAS factors from the motivational characteristics of urban cyclists, as well as determining strategies based on the SWOT method. So that strategies obtained by the development of cycling tourism strategies for urban communities.

**Keywords:** Urban cycling groups; Cycling motivation; IFAS; EFAS; SWOT.

### **Article Information**

Submitted 29 July 2019 | Accepted 3 September 2020

**Recommended Citation:** Laksana, Tb. A., Rachmat, H., Tahir, R. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Bersepeda Berdasarkan Karakteristik Motivasi Pesepeda Urban (Pada Grup Sepeda TOC dan JGC-SCAM). *Jurnal Pariwisata Terapan*, 4(1), 73-91.  
<https://doi.org/10.22146/jpt.54742>



Copyright © 2020 by the author(s). This article is published by Universitas Gadjah Mada, Indonesia under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) license. Anyone may reproduce, distribute, translate, and create derivative works of this article (for both commercial and noncommercial purposes), subject to full attribution to the original publication and author(s). The full terms of this license may be seen at <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode>

## Pendahuluan

Banyak efek positifnya yang diperoleh dengan melakukan aktifitas olah raga di luar. Dengan melakukan kegiatan olah raga di luar ruangan, tubuh menjadi lebih baik karena asupan oksigen dan paparan sinar matahari yang diperoleh lebih besar dari pada beraktifitas olah raga di dalam ruangan. Umumnya olah raga di luar ruangan dilakukan juga dengan maksud mendapatkan kesempatan mengolah tubuh sambil berekreasi melepas kepenatan dan kejenuhan aktifitas rutin sehari hari. Sebenarnya, secara alami, tubuh akan memproduksi hormon bahagia saat kita melakukan olahraga. Namun, dengan berolahraga di luar ruangan, kita bisa menikmati pemandangan sekitar, khususnya alam hijau yang bisa membuat pikiran menjadi semakin terbebas dari stress (A.D. Aditya, et. All, 2018). Dengan adanya sensasi segar dan menenangkan pikiran ini, maka olahraga di luar ruangan akan menyenangkan untuk dilakukan sehingga bisa kita jadikan kebiasaan sehari-hari. Berdasarkan indeks *Metabolics Equivalent* – MET, bersepeda selama satu jam untuk kecepatan rata rata 20 km/jam dengan berat tubuh pesepeda  $\pm$  60 kg akan membakar kalori sebanyak 480-500 kalori. Sebagian besar masyarakat urban memiliki keterbatasan dalam melakukan aktifitas olah raga. Banyak alternatif pilihan aktifitas olah raga di luar ruangan, mulai dari berlari, bersepeda, arung jeram, kayaking, hiking dan tracking, hingga berkemah di alam terbuka. Bersepeda adalah salah satu jenis aktifitas olah raga favorit yang menjadi pilihan kaum urban. Selain praktis, mudah dilakukan serta menyehatkan, bersepeda pun dapat mengantarkan kita ke tempat tujuan dengan lebih cepat, karena relatif tidak terkena dampak permasalahan lalu lintas. Selain itu sepeda merupakan salah satu moda transportasi tanpa bahan bakar yang ramah lingkungan. Sehingga tidak akan menyebabkan ada polusi udara dan suara. Bersepeda juga tidak menambah kemacetan dan kesemrawutan lalu lintas.

Transportasi ramah lingkungan berarti kumpulan dari bentuk transportasi dengan model yang lebih berkelanjutan (Widiantono, 2009, dalam Aquarita. D, 2016). Dengan bersepeda, kita bisa berolah raga sambil menikmati pemandangan di sepanjang perjalanan. Kegiatan bersepeda kemudian berkembang tidak hanya sebagai pilihan hobi, namun juga lekat dengan aktifitas sehari hari masyarakat urban di wilayah perkotaan. Perwujudan kota yang berwawasan lingkungan merupakan konsep yang harus diusung dalam rangka mewujudkan keseimbangan pengembangan pada wilayah perkotaan. Hal tersebut sebagaimana tertuang dalam Undang Undang nomer 22 tahun 2009 mengenai lalu lintas dan angkutan jalan, khususnya dalam pasal 62 dan juga turunan undang undang tersebut yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah nomer 79 tahun 2013, pasal 26 bahwa pesepeda berhak mendapatkan fasilitas pendukung keamanan, keselamatan, ketertiban dan kelancaran berlalu lintas. Fasilitas pendukung ini berupa lajur khusus pesepeda, fasilitas penyeberangan khusus yang juga digunakan bersamaan dengan fasilitas para pejalan kaki. Dengan demikian hak hak dan kewajiban para pesepeda ini telah dilindungi secara hukum oleh pemerintah. Banyak keterbatasan yang dimiliki pesepeda bila dibandingkan dengan penggunaan moda transportasi bermesin. Kendala tidak atau belum tersedianya fasilitas pendukung, adanya perbedaan batasan jarak tempuh yang diperkenankan tipe pesepeda, karena hanya mengandalkan pada kekuatan fisik dan pengalaman bersepeda. Empat macam fasilitas pendukung yang dapat digunakan untuk kegiatan bersepeda di perkotaan seperti pada gambar 5, adalah: A) *SR-Shared Roadway* (berbagi jalan dengan kendaraan bermotor); B) *WCL-Wide Curb Lane* (menggunakan bahu jalan); C) *BL-Bike Lane* (jalur khusus sepeda); dan D) *SP/L-Separated path or lane* (terpisah dari jalan raya).



**Gambar 1. Empat macam fasilitas pendukung bersepeda di perkotaan**  
(Sumber: *The 2012 AASHTO Bike Guide: An Overview*)

Penentuan fasilitas pendukung bersepeda wilayah perkotaan tersebut didasarkan pada dua (2) variabel, yaitu:

1. Volume lalu lintas harian (LHR); dan
2. Kecepatan kendaraan 85 persentil.

Volume lalu lintas harian adalah banyaknya kendaraan yang melewati suatu titik atau garis tertentu dalam satu hari. Sedangkan kecepatan 85 persentil adalah kecepatan lalu lintas dimana 85% dari pengemudi mengemudikan kendaraannya di jalan tanpa dipengaruhi oleh kecepatan lalu lintas yang lebih rendah atau cuaca yang buruk (Abraham, 2001). Dengan kata lain, kecepatan 85 persentil merupakan kecepatan yang digunakan oleh 85 persentil pengemudi yang diharapkan dapat mewakili kecepatan yang sering digunakan pengemudi di lapangan (Kawulur, Sendow, Lintong, & Rumayar, 2013). Tujuan dari penggunaan variabel ini adalah untuk menentukan batas kecepatan ideal pada suatu ruas jalan yang ditinjau berdasarkan kecepatan rata-rata kendaraan.

*AASHTO (American Association of State Highway and Transportation Officials)* dalam bukunya *The 2018 AASHTO Bike Guide: An Overview*, mengklasifikasikan tiga kategori pesepeda yang di sarankan dapat bersepeda di jalan raya dengan menggunakan fasilitas penunjang bersepeda perkotaan (**Tabel 1**).

Dengan demikian pesepeda dianjurkan untuk dapat bersepeda di fasilitas yang sesuai dengan kategorinya. Beberapa pesepeda dimasukan ke dalam kategori C (*Children*) “*Interest but concerned*” atau “Memiliki minat dan kepedulian”, walaupun secara usia tidak lagi termasuk anak anak. Kategori pesepeda B (*Basic*) adalah tipe pesepeda “*Somewhat confident*” atau “agak percaya diri”, dan kategori A (*Advanced*) adalah tipe pesepeda “*Experienced and confident*” atau “Berpengalaman dan percaya diri” (**Gambar 2**).

**Tabel 1. Tiga Kategori Pesepeda**

CYCLER	CITY CYCLING FACILITIES			
	SR	WCL	BL	SP/L
ADVANCED (A)	√	√	√	√
BASIC (B)		√	√	√
CHILDREN (C)				√

(Sumber: *The 2018 AASHTO Bike Guide: An Overview*)



**Gambar 2. Tiga Tipe Pesepeda; A (Biru); B (Kuning); C (Putih)**

(Sumber: *The 2018 AASHTO Bike Guide: An Overview*)

Pada akhirnya, sepeda yang awalnya bersifat fungsional, kemudian beralih menjadi gaya hidup. Perubahan minat masyarakat dalam berwisata terjadi dalam kurun waktu satu dekade ini, yaitu dengan lebih banyaknya tuntutan variasi dalam kebutuhan, jenis, dan pola berwisata. Pariwisata minat khusus kini lebih menempatkan perjalanan pada penekanan aspek lingkungan dan sosial yang telah melahirkan “*humanization of travel*” (Weiler & Hall, 1992). Bersepeda telah berkembang sebagai salah satu alternatif wisata olah raga yang banyak diminati, dengan banyaknya bermunculan komunitas grup sepeda di wilayah perkotaan. Konsep wisata dengan menggunakan sepeda ini berkembang dengan cukup pesat, karena itu perlu memperhatikan pengemasan produk wisata sepeda serta sarana dan prasarana penunjang pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan wisatawan pesepeda.

## Metode

Metode penelitian yang digunakan adalah metode pengumpulan data kualitatif meliputi survei data, wawancara mendalam, studi pustaka serta analisis deskriptif, meliputi:

1. Studi Literasi, dilakukan literasi dari sumber buku, media online, jurnal, tugas akhir dan thesis yang berkaitan dengan motivasi dan karakteristik pesepeda kaum urban
2. Observasi, dengan melakukan pengamatan lapangan untuk mendapatkan gambaran mengenai data umum mengenai kondisi pesepeda, tujuan pesepeda bersepeda serta destinasi para pesepeda. Serta mengenai jumlah, keragaman jenis, dan sebarannya destinasi pesepeda.
3. Penyebaran kuesioner, dilakukan secara online (*google form*) terhadap dua kelompok grup sepeda. Yaitu *Trifold Owner Community* (grup sepeda lipat) dan *JGC*

- SCAM (grup sepeda lintas alam dan lintas kota Serang-Cilegon-Anyer-Merak), terkait karakteristik umum pesepeda, preferensi perilaku perjalanan wisatawan pesepeda dalam berwisata, preferensi wisatawan terhadap wisata sepeda, serta persepsi wisatawan terkait wisata sepeda dan fasilitas penunjangnya.
4. Dengan analisa SWOT (*Strenght-Weakness-Opportunities-Threat*) untuk penentuan matrik IFAS (Internal Factors Analysis Summary) dan EFAS (External Factors Analysis Summary), serta menganalisis strategi pengembangan wisata bersepeda.

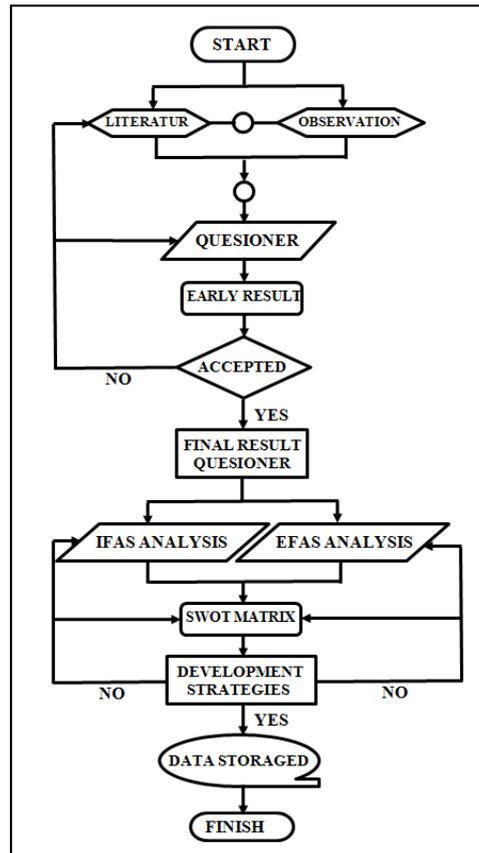
Dalam hal ini digunakan teknik sampling nonprobability/nonrandom sampling yaitu purposive sampling method dan wisatawan pesepeda adalah sampel yang dipilih.

**Tabel 2. Jenis dan Sumber Data**

Jenis Data	Teknik Pengambilan Data	Sumber Data
<b>Data Primer</b>		
Identifikasi tipologi pesepeda urban.	Kuesioner, Wawancara mendalam	Anggota klub sepeda TOC dan JGC SCAM
Identifikasi faktor internal dan eksternal, gambaran lingkungan eksternal-internal.	Analisa konten primer	Kuesioner, Wawancara mendalam
<b>Data Sekunder</b>		
Studi literasi dan pengamatan	Analisa konten data sekunder	Buku, prosiding, skripsi, tesis, desertasi, <i>handbook</i> , pengamatan mendalam perilaku pesepeda urban

Kuesioner dilakukan terhadap dua kelompok komunitas sepeda. Yaitu *Trifold Owner Community* (TOC), adalah komunitas pencinta sepeda lipat United Trifold. Komunitas ini beranggotakan masyarakat urban yang bermukim di kota kota besar, seperti ibukota propinsi, ibukota kabupaten, hingga ibukota negara. Anggota komunitas ini tersebar di hampir seluruh wilayah Indonesia, dengan rata rata umur anggota berkisar dari 20 – 60 tahun dan profesi sebagian besar anggota adalah pegawai swasta. Dan kelompok komunitas yang kedua adalah Jaserco Gowes Club / Serang-Cilegon-Anyer-Merak (JGC / SCAM), adalah komunitas sepeda lintas kota, lintas wilayah dan lintas alam. Beranggotakan masyarakat yang bermukim di wilayah Serang, Cilegon, Anyer, Merak, Pandeglang dan beraktifitas di sekitaran Jabodetabek.

Rata rata umur anggotanya berkisar di 30 – 60 tahun. Pertanyaan di kuesioner terdiri atas tiga bagian yang terintegrasi. Bagian pertama (A) pertanyaan mengenai data diri responden, yang kedua (B) mengenai hubungan responden terhadap sepeda dan yang ketiga (C) mengenai motivasi responden terhadap kegiatan bersepeda. Hasil kuesioner terhadap para responden tersebut mengenai alasan, motivasi dan tipe pesepeda masyarakat urban terdeskripsikan pada **Tabel 2**.



Gambar 3. Diagram alur proses penelitian

Matrik faktor internal (*IFAS*) dan eksternal (*EFAS*) yang telah ditentukan digunakan sebagai data analisis *SWOT*, yaitu sejumlah faktor mengenai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Analisis *SWOT* adalah suatu metode untuk membantu menstrukturkan permasalahan secara efektif dan melakukan analisis strategis mengenai faktor faktor lingkungan internal dan lingkungan eksternal.

## Hasil dan Pembahasan

Kuesioner *online* yang di sebarakan pada responden di grup sepeda Trifold Owner Community (TOC) dan Jaserco Gowes Club / Serang-Cilegon-Anyer-Merak mendapatkan sebanyak 102 responden.

### Hasil Kuesioner

Kuesioner A yang berisikan informasi mengenai: jenis kelamin; rentang usia; domisili; profesi, dari responden. Untuk distribusi jenis kelamin, lebih dari 80% responden adalah laki laki dan sisanya adalah wanita. Distribusi rentang usia 40 – 50 tahun menempati urutan pertama (37,3 %), diikuti rentang usia 20–30 tahun (26,5 %) serta rentang usia 30 – 40 tahun diurutan ke tiga (25,5 %). Sisanya sebanyak 10,7 % terdistribusi ke dalam kelompok usia  $\leq 20$  dan  $\geq 50$  tahun. Untuk distribusi tempat tinggal, sebanyak 41,2 % responden tinggal di wilayah ibu kota Kabupaten / Kota, 37,3 % tinggal di Ibu kota Negara dan sebanyak 14,7 % tinggal di ibu kota Propinsi. Sedangkan sisanya sebanyak 6,8 % tinggal Kecamatan/Pedesaan dan Luar Negeri. Profesi yang terbanyak dari responden adalah pegawai swasta (47,1 %) diikuti oleh pegawai pemerintah sipil (18,6 %) dan pengusaha (8,8%). Sedangkan professional, pelajar/mahasiswa, TNI / Polri, Pensiunan, ibu rumah tangga dan lainnya sebanyak 25,5 %. (Gambar 2, lampiran 2).

Kuesioner B berisi sejumlah pertanyaan mengenai hubungan responden terhadap sepeda, terdiri dari: durasi hobby bersepeda; jumlah sepeda yang dimiliki, dan alasan mengendarai sepeda. Distribusi jawaban responden untuk durasi hobby bersepeda cukup merata. 31,4 % menggemari bersepeda diatas 8 tahun. 18,6 % menggemari bersepeda sudah sejak 5–8 tahun dan 17,6 % menggemari bersepeda sejak 1–3 tahun lamanya. Untuk pertanyaan jumlah sepeda yang dimiliki oleh responden memberikan hasil 53,9 % memiliki 2 – 5 sepeda, 38,2 % hanya memiliki 1 sepeda dan 4,9 % memiliki 6–10 sepeda. Adapun alasan responden mengendarai sepeda sebagian besar (57,8 %) merasa bahwa bersepeda adalah praktis, hemat, sehat dan keren. Dan hanya 32,4 % yang bersepeda untuk alasan mendapatkan efek sehat, serta 6.9 % bersepeda demi alasan praktis. (Gambar 3, lampiran 3).

Untuk kuesioner C, terdapat sebelas pertanyaan untuk responden dan hasilnya terdistribusi dalam Gambar 4 (lampiran 4), Gambar 5 (lampiran 5) dan gambar 6 (lampiran 6).

Pada gambar 4 (lampiran 4), responden memberikan jawaban motivasi bersepeda sebagian besar (49%) adalah untuk berolah raga dan diikuti oleh sebagian lainnya (43,1 %) yang memberikan jawaban bersepeda untuk berolah raga, berwisata, menjelajah daerah baru, penghematan dan juga sebagai bagian dari gerakan *go green*. Harapan yang paling diinginkan oleh responden berdasarkan motivasi bersepeda pilihannya adalah 77,5 % mengharapkan kebugaran, 12,7 % mendapatkan pengalaman baru dan sisanya 9,8 % mengharapkan dapat melakukan penghematan financial serta mengurangi polusi. Untuk tujuan favorit responden saat bersepeda sendirian (*solo cyclist*), 38,2 % responden memilih untuk pergi menikmati wisata alam, 38,2 % lainnya melakukan *solo cyclist* untuk pergi ke tempat beraktifitas rutin dan sebanyak 11,8 % melakukannya saat hendak berwisata kuliner. Identik dengan *solo cyclist*, sebagian besar responden juga memilih wisata alam saat sedang bersepeda dalam kelompok (47,1 %). Sementara 37,3 % berwisata kuliner saat sedang bersepeda dalam kelompok dan 11,8 % bersepeda dalam kelompok saat hendak menuju tempat aktifitas rutinnya.

Pada gambar 5 (lampiran 5), menggunakan fasilitas yang dimiliki dan atau disediakan masyarakat di daerah yang dilalui pesepeda adalah jawaban sebagian besar responden, saat berinteraksi dengan masyarakat. Interaksi ini memiliki persentasi sebesar 41,2 %, selain berbagi pengalaman (32,4 %), menjalin kerjasama 13,7 % dan terdapat 11,8 % responden tidak menemukan jawaban yang cocok. Untuk pemilihan kelompok favorit dalam bersepeda sebagian responden masih memilih bersepeda berkelompok bersama dengan anggota grup sepeda nya (49 %). Dan 22,5 % memilih bersepeda berkelompok bersama keluarganya. Kendala kendala yang alami oleh para pesepeda selama bersepeda di wilayah perkotaan adalah masalah kondisi lalu lintas dan infra struktur yang kurang berpihak kepada para pesepeda (63,7 %), sebanyak 16,7 % berpendapat bahwa selain kondisi lalu lintas dan infra struktur yang kurang berpihak pada pesepeda, juga tidak ada aturan yang jelas untuk pesepeda, selain masalah sosial yang timbul. Berbeda dengan di wilayah perkotaan, kendala yang dialami oleh para pesepeda saat bersepeda di wilayah luar kota, pegunungan, pesawahan, pedesaan adalah saat didera masalah kelelahan fisik (36,3%), diikuti oleh kerusakan sepeda (19,6 %), kondisi alam dan masyarakat (16,7 %) dan masalah financial (11,8 %). Sikap para pesepeda terhadap lingkungan dapat dilihat pada gambar 6. Sikap positif responden ditunjukkan saat bersepeda di lingkungan alam. Sebagian besar setuju bahwa saat melintas dan berkegiatan dengan sepeda, harus terlibat aktif menjaga lingkungan, berinteraksi dengan masyarakat setempat, serta tidak meninggalkan bekas bekas kegiatan.

Dari uraian dan penjelasan mengenai jawaban responden terhadap kuesioner yang telah disebar pada dua kelompok grup bersepeda, dapat di sampaikan ringkasan mengenai hal tersebut. Yang terdiri dari delapan poin, sebagaimana tertuang dalam tabel 3.

**Tabel 3. Ringkasan Jawaban Responden Kuesioner**

1	Pesepeda urban, secara demografi adalah kelompok usia produktif, dimana sebagian besar terdiri dari rentang usia 40-50 tahun dan 20-30 tahun. Dengan sebagian besar berprofesi sebagai pekerja (swasta dan pemerintah). Domisili responden sebagian besar berada di ibukota Kabupaten/kota, ibukota negara dan propinsi.
2	Rata rata pesepeda urban telah menggemari kegiatan bersepeda lebih dari 8 tahun dengan memiliki jumlah sepeda antara 2 – 5.
3	Penggunaan sepeda bagi pesepeda urban tidak terbatas hanya untuk beraktifitas harian saja, namun juga untuk keperluan berwisata.
4	Kendala bersepeda di perkotaan adalah infrastruktur pendukung, kondisi lalu lintas dan tidak adanya penerapan peraturan yang jelas untuk pesepeda.
5	Kendala bersepeda saat melintasi wilayah non perkotaan adalah kondisi fisik, sepeda dan finansial.
6	Mayoritas pesepeda urban melakukan <i>solo cycling</i> untuk menuju tempat beraktifitas harian. Sedangkan <i>group cycling</i> dilakukan saat hendak berwisata, namun kedua tipe <i>cycling</i> tersebut bisa saja dilakukan dalam tiap kesempatan.
7	Destinasi wisata favorit pesepeda urban adalah tempat bernuansa alami (petualangan\; wisata alam), wisata perkotaan (wisat kuliner, sejarah-budaya).
8	Pesepeda urban setuju untuk menjaga kondisi dan keasrian lingkungan destinasi dan jalur jalur yang terlintasinya.

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

### Penentuan Faktor Internal dan Eksternal

Pengamatan mendalam dilakukan terhadap hasil kuesioner kelompok pesepeda urban diatas, didapatkan beberapa faktor faktor internal yang terdiri atas kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*) serta faktor faktor eksternal yang terdiri atas peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*). Sehingga dapat diuraikan dalam matrik matrik dalam tabel 4 dan 5 berikut. Penentuan nilai rating dan bobot didasari pada pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap posisi strategis (jalur bersepeda dan lingkungan). Rating untuk masing-masing faktor diberikan dengan skala tertinggi 4 sampai terendah 1.

Tabel 4. Faktor internal dominan

No	Faktor Internal Dominan	Rating	Bobot %	Bobot x Rating
<b>STRENGTH</b>				
1	Usia produktif / relatif sehat, <i>mampu solo cyclist</i>	4	0,18	0,72
2	Domisili di perkotaan	4	0,18	0,72
3	Sudah lama hobbi bersepeda	3	0.08	0,24
4	Memiliki sepeda lebih dari satu	3	0.07	0,21
5	Bersepeda karena praktis, hemat, sehat, keren	4	0.16	0,64
6	Bersepeda untuk kegiatan harian, olah raga dan pesiar	4	0.16	0,64
7	Ingin berperan dalam menjaga lingkungan alam	4	0,17	0,68
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>3,85</b>
<b>WEAKNESSES</b>				
1	Usia non produktif / rata rata non <i>solo cyclist</i>	3	0,09	0,27
2	Infrastruktur yang kurang menunjang	4	0,19	0,76
3	Aturan lalu lintas dan keamanan bersepeda	4	0.19	0,76
4	Hanya memiliki satu sepeda dan dipakai lebih dari dua orang	1	0.11	0,11
5	Niat bersepeda yang lemah	2	0.12	0,24
6	Masih banyak yang bersepeda sesekali saja	1	0.12	0,12
7	Masih ada pesepeda ragu untuk menjaga lingkungan	4	0,18	0,72
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>2,98</b>

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Tabel 5. Faktor eksternal dominan

No	Faktor Eksternal Dominan	Rating	Bobot %	Bobot x Rating
<b>OPPORTUNITIES</b>				
1	Mengadakan event bersepeda bekerja sama dengan pihak tertentu.	4	0,15	0,60
2	Pengadaan track bersepeda melintasi wilayah kota, desa, hutan, gunung dan pantai.	4	0,18	0,72
3	Kegiatan promosi bisnis pesepeda	3	0.15	0,45
4	Membentuk grup sepeda baru	2	0.08	0,16
5	Interaksi dengan masyarakat di wilayah terlintasi track sepeda	3	0.10	0,03
6	Shelter pesepeda di wilayah terlintasi track bersepeda	4	0.16	0,64
7	Pengelolaan lingkungan untuk wilayah track bersepeda	4	0,18	0,72
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>3,76</b>
<b>THREATS</b>				
1	Rendahnya minat pihak tertentu untuk bekerja sama	3	0,12	0,36
2	Adanya gangguan keamanan dan ketidaknyamanan di track bersepeda	4	0,18	0,72
3	Harga sepeda yang makin meninggi	2	0.07	0,14
4	Menurunnya minat bersepeda	2	0.10	0,20
5	Penerapan aturan lalu lintas yang merugikan pesepeda	4	0.18	0,72
6	Infrastruktur yang merugikan pesepeda	4	0.18	0,72
7	Jumlah shelter yang terlalu banyak	3	0,17	0,51
<b>TOTAL</b>			<b>1,00</b>	<b>3,37</b>

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Sedangkan penentuan bobot masing-masing faktor tersebut mulai skala skor tertinggi 1,0 (untuk faktor yang paling penting) sampai dengan skor terendah 0,0 (untuk faktor yang tidak penting). Dengan total skor bobot masing masing faktor adalah sama dengan 1.

**Tabel 6. Keterangan pembobotan dan rating**

<b>Bobot</b>	<b>Keterangan</b>	<b>Rating</b>	<b>Keterangan</b>
> 0,2	Sangat kuat	4	Major strength
0,11 – 0,20	Kekuatan diatas rata rata	3	Minor strength
0,06 – 0,10	Kekuatan rata rata	2	Minor weaknesses
0,01 – 0,05	Kekuatan dibawah rata rata	1	Major weaknesses

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Matriks internal merangkum rata-rata penilaian dari responden terhadap kekuatan dan kelemahan pesepeda urban. Matriks tersebut menunjukkan dua kekuatan utama pesepeda urban adalah usia relatif muda, berdomisili di perkotaan dengan skor masing masing adalah 0,72. Sedangkan kekuatan terkecilnya adalah masing banyak yang memiliki hanya satu sepeda dan dipakai bersama sama dengan skor 0,21. Dua kelemahan utama yang dialami pesepeda urban adalah kurangnya infrastruktur bersepeda dan aturan lalu lintas bersepeda yang belum berpihak dengan skor 0,76. Sedangkan kelemahan terkecilnya yaitu masih banyak pesepeda urban yang hanya memiliki satu buah sepeda dan dipergunakan untuk banyak pemakai dengan skor 0,11. Selisih antara jumlah skor faktor kekuatan dengan faktor kelemahan adalah  $3,85 - 2,98 = 0,87$ . Faktor internal pesepeda urban berada pada posisi positif.

Matriks eksternal untuk pesepeda urban menunjukkan bahwa dua peluang terbesar adalah pengadaan track bersepeda yang melintasi berbagai kawasan dan upaya pengelolaan lingkungan lintasan bersepeda dengan skor masing masing adalah 0,72. Sedangkan peluang terkecilnya adalah potensi pembentukan grup bersepeda yang baru dengan skor 0,16. Tiga faktor ancaman paling besar untuk pesepeda urban adalah gangguan keamanan dan kenyamanan di lintasan bersepeda, penerapan aturan lalu lintas yang merugikan pesepeda serta infrastruktur yang merugikan pesepeda dengan skor 0,72. Sedangkan ancaman yang paling kecil adalah harga sepeda yang makin lama makin meninggi dengan skor 0,14. Selisih antara jumlah skor faktor peluang dan faktor ancaman adalah 0,39. Faktor eksternal pesepeda berada pada posisi positif pada lingkungan eksternalnya.

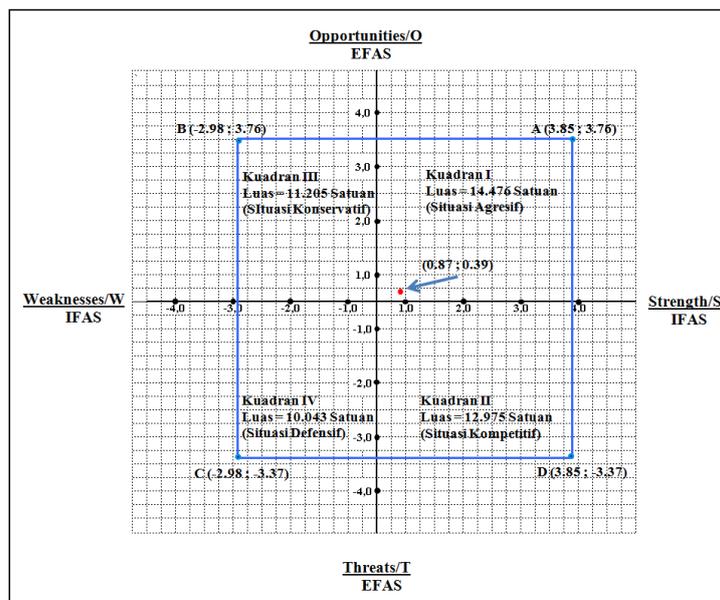
Tabel 7. Skor IFAS, EFAS dan luas kuadran

NO.	IFAS / EFAS	SCORE	KETERANGAN
1	Kekuatan-S	3.85	
2	Kelemahan-W	2.98	
3	<b>Selisih S-W</b>	<b>0.87</b>	Posisi kuadran I
4	Peluang-O	3.76	
5	Ancaman-T	3.37	
6	<b>Selisih O-T</b>	<b>0.39</b>	Posisi kuadran I
7	Luas kuadran I	$3.85 \times 3.76 =$ <b>14.476</b>	<b>Peringkat 1</b>
8	Luas kuadran II	$3.85 \times 3.37 =$ <b>12.975</b>	Peringkat 2
9	Luas kuadran III	$3.76 \times 2.98 =$ <b>11.205</b>	Peringkat 3
10	Luas kuadran IV	$3.37 \times 2.98 =$ <b>10.043</b>	Peringkat 4

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

### Analisis SWOT

Posisi strategis pengelolaan wisata bersepeda urban diperoleh dari selisih antara jumlah skor faktor kekuatan dengan faktor kelemahan sebagai koordinat horizontal (sumbu X) dan selisih antara jumlah skor faktor peluang dengan faktor ancaman sebagai koordinat vertikal (sumbu Y). Luas daerah matriks SWOT dihitung berdasarkan nilai nilai maksimum dan minimum faktor internal dan eksternalnya. Dalam gambar. 4, ditunjukkan diagram *SWOT* yang menjelaskan mengenai titik koordinat dari selisih faktor faktor *IFAS* dan *EFAS* pengelolaan wisata bersepeda urban, perhitungan luas daerah dan situasional strategi masing masing kuadran. Analisis *SWOT* strategi pengembangan wisata bersepeda urban memberikan alternatif strategi pengembangan wisata berbasis aktifitas masyarakat perkotaan (tabel 8). Keunggulan analisis *SWOT* ini adalah formulasi strategi-strategi gabungan dari faktor internal dan eksternal. Empat strategi yang menjadi pilihan yaitu strategi *SO (Strengths- Opportunities)*, *ST (Strengths-Threats)*, *WO (Weaknesses-Opportunities)*, dan *WT (Weaknesses-Threats)*. Analisis ini menggunakan data dari matriks *IFAS* dan *EFAS* pada Tabel 4 dan Tabel 5.



Gambar 4. Diagram Kartesius Analisis SWOT (Strategi Pengembangan Pesepeda Urban)

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Pengembangan wisata bersepeda urban ini berada pada kuadran pertama diagram kartesius (pada gambar 4), dengan strategi pengelolaan yang disarankan adalah strategi SO (agresif) seperti diuraikan pada tabel 8 dengan luas kuadran paling besar.

Tabel 8. Matrik SWOT Strategi SO

<b>Faktor Internal</b>	<b>Kekuatan (Strength/S)</b>	<b>Kelemahan (Weaknesses/W)</b>
<b>Faktor Eksternal</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<b>Peluang (Opportunities/O)</b>	<b>Strategi ST</b>	<b>Strategi WT</b>
<b>Ancaman (Threats/T)</b>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan <i>event</i> bersepeda bekerja sama dengan pihak tertentu</li> <li>2. Pengadaan track bersepeda melintasi wilayah kota, desa, hutan, gunung dan pantai</li> <li>3. Kegiatan promosi bisnis untuk para pesepeda</li> <li>4. Membentuk grup sepeda baru</li> <li>5. Interaksi dengan masyarakat di track terlintasi sepeda</li> <li>6. Shelter pesepeda di kawasan terlintasi track sepeda</li> <li>7. Pengelolaan lingkungan untuk track</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengadakan <i>event</i> maraton bersepeda melibatkan pesepeda berbagai kelompok dan <i>solo cyclist</i> dalam berbagai tipe etape mulai dari tipe etape perkotaan, hutan, pedesaan, pantai dan tipe lainnya.</li> <li>2. diskon dari gerai gerai dan produk bisnis untuk pesepeda urban yang mencapai target jarak tempuh tertentu.</li> <li>3. Penukaran sampah yang dikumpulkan pesepeda dengan poin <i>fintech</i></li> <li>4. Event foto lingkaran keberuntungan untuk para pesepeda yang lewat pada kawasan tertentu. Pesepeda yang terfoto dengan terdapat tanda lingkaran berhak atas hadiah. Diselenggarakan secara berkala dan di banyak lokasi</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Event estafet bersepeda dengan memakai satu sepeda yang sama.</li> <li>2. Mengajak pihak aparat keamanan dan lalu lintas untuk berkegiatan bersepeda bersama sama.</li> <li>3. Usulan pembuatan aturan lalu lintas bagi pesepeda demi rasa nyaman dan aman bersepeda</li> <li>4. Memudahkan pembentukan badan hukum kelompok bersepeda untuk merangsang minat bersepeda, diikuti dengan adanya kemitraan dari pelaku usaha lainnya.</li> <li>5. Kampanye tentang manfaat olah raga dan kesehatan dengan efektif - berkelanjutan</li> <li>6. menyediakan tempat pengelolaan sampah di tempat terlintasi track dan shelter bersepeda</li> </ol>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Didominasi Usia produktif /relatif sehat mampu bersepeda sendiri</li> <li>2. Domisili di perkotaan</li> <li>3. Sudah lama hobby bersepeda</li> <li>4. Memiliki sepeda lebih dari satu</li> <li>5. Alasan bersepeda karena praktis, hemat, sehat, keren</li> <li>6. Bersepeda untuk kegiatan harian dan pesiar</li> <li>7. Ingin berperan dalam menjaga alam dan lingkungan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Usia non produktif / relatif butuh rekan bersepeda</li> <li>2. Infrastruktur yang kurang menunjang</li> <li>3. Aturan lalu lintas/keamanan bersepeda</li> <li>4. Hanya memiliki satu sepeda , digunakan lebih dari 2 orang secara bergantian</li> <li>5. Niat bersepeda yang lemah</li> <li>6. masih banyak yang bersepeda hanya sesekali saja</li> <li>7. masih ada pesepeda yang ragu ragu untuk menjaga lingkungan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adanya gangguan keamanan dan ketidaknyamanan di track bersepeda</li> <li>2. Rendahnya minat pihak tertentu untuk bekerja sama</li> <li>3. Harga sepeda yang makin meninggi</li> <li>4. Menurunnya minat bersepeda</li> <li>5. Penerapan aturan lalu lintas perkotaan yang merugikan pesepeda</li> <li>6. Infrastruktur yang merugikan pesepeda</li> <li>7. Jumlah shelter yang terlalu banyak</li> </ol>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bersepeda berkelompok saat melintasi track yang rawan masalah keamanan</li> <li>2. Melengkapi dengan sistem pengamanan</li> <li>3. Program kepemilikan sepeda dengan sistem kredit ringan</li> <li>4. Berinteraksi dengan masyarakat lokal di saat melintasi track bersepeda</li> <li>5. Sosialisasi bersepeda aman di perkotaan</li> <li>6. Memanfaatkan shelter yang d kelola oleh masyarakat lokal</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemantauan track dan lingkungan bersepeda melalui komunikasi dengan masyarakat lokal</li> <li>2. Memanfaatkan teknologi untuk pemantauan track dan lingkungan bersepeda.</li> <li>3. Memilih track dan lingkungan yang sudah dikenal dengan baik</li> <li>4. Dana sosial bersepeda, dengan program donasi dari donatur untuk tiap kilometer jarak tempuh akan disumbangkan untuk masyarakat dhuafa, rumah yatim, daerah bencana dan lainnya.</li> </ol>

(Sumber: Analisis Peneliti, 2019)

Langkah yang dapat dirumuskan dalam menggunakan kekuatan dan memanfaatkan peluang yaitu:

1. Mengadakan event marathon bersepeda untuk berbagai kelompok bersepeda dan *solo cyclist* dalam berbagai tipe etape.
2. Strategi ini dimaksudkan agar para pesepeda dapat secara bersama sama merasakan sensasi bersepeda di *track* dan etape yang berbeda beda, mulai dari

*track* perkotaan, pedesaan, pegunungan, pantai dan yang lainnya. Sekaligus dapat mengkampanyekan pentingnya menjaga kenyamanan dan kebersihan lingkungan *track* dan etape yang dilintasi para pesepeda. Juga diharapkan dalam kegiatan ini dapat menghimbau para stakeholder untuk dapat menerapkan aturan lalu lintas dan infrastruktur yang layak untuk bersepeda.

3. Diskon dari gerai dan produk bisnis untuk pesepeda yang telah mencapai target jarak waktu tempuh tertentu.
4. Strategi ini merupakan salah satu yang dapat meningkatkan minat masyarakat perkotaan untuk bersepeda, dengan mengadakan kerjasama antara pelaku usaha dan pelaku kegiatan bersepeda.
5. Penukaran sampah yang dikumpulkan oleh pesepeda dengan poin *fintech*.
6. Strategi ini merupakan strategi bertingkat, dengan memberikan keuntungan bagi lingkungan, pesepeda dan pelaku usaha khususnya *fintech*. Poin Fintech (*electronic money*) yang diperoleh para pesepeda dapat digunakan untuk melakukan transaksi transaksi. Sampah yang telah dikumpulkan oleh pelaku usaha fintech dapat dijadikan bukti berkontribusinya mereka terhadap kelestarian lingkungan.
7. Event foto lingkaran keberuntungan berhadiah untuk para pesepeda yang melintasi kawasan tertentu.
8. Ini merupakan strategi yang cukup meriah, massal dan murah. Pesepeda secara tidak sadar akan terekam dalam foto di lokasi lokasi dan waktu tertentu. Kemudian dalam foto tersebut akan muncul tanda lingkaran di salah satu pesepeda dan hasilnya diumumkan secara luas.

## Kesimpulan

Pesepeda urban, melakukan kegiatan bersepeda didasari oleh keinginan, motivasi serta mewujudkannya. Motivasi pesepeda urban sebagian besar adalah *psychological needs*, *belonging needs* dan *self actualization needs* (*Maslow's Hierarchy Theory*). Pesepeda urban melakukan kegiatan bersepeda didorong oleh motivasi (*psychological, belonging, self actualization*) serta tertarik oleh situasi-kondisi menuju dan suatu destinasi (*The Pushed-Pulled Model Theory*). Pesepeda Urban sebagian besar termasuk ke dalam kategori *Allocentris* dan *Midcentris*. Sedangkan pesepeda *Psycocentris* kebanyakan adalah pesepeda (tunggal dan kelompok) yang bersepeda untuk menuju ke tempat aktifitas hariannya. (*Stanley Plog: Bell Shaped Curved Theory*). Ketertarikan terhadap suatu destinasi atau pun kegiatan yang dilakukan dalam rangka menuju destinasi tersebut, dapat menjadi motivasi tersendiri bagi para pesepeda. Selain ada hal lain yang akan didapat, seperti berinteraksi dan menggunakan fasilitas masyarakat lokal yang tersedia, mencicipi dan merasakan budaya lokal. (*Card and Kestel Theory*). Penentuan faktor internal *IFAS* dan eksternal *EFAS* dari hasil kuesioner motivasi pesepeda urban merupakan hasil observasi mendalam dengan ditunjang oleh literasi lainnya. Titik koordinat dalam diagram kartesius analisa SWOT merupakan hasil perhitungan faktor faktor internal; eksternal, dan memposisikan analisa SWOT pesepeda urban ini di kuadran 1 dengan luas kuadran sebesar 14,476 satuan.

Selisih luas antara kuadran 1 dan kuadran 2 yang tipis ini disebabkan oleh adanya faktor infrastruktur bersepeda yang kurang berpihak pada para pesepeda dan aturan bersepeda yang tidak jelas. Namun hal ini masih dapat terbantu oleh faktor: usia para pesepeda yang didominasi oleh kelompok usia produktif, tingginya minat bersepeda serta durasi waktu menekuni hobi bersepeda yang cukup lama. Strategi agresif *Strength-Opportunity* (SO) yang

diterapkan dalam kegiatan pesepeda urban lebih menitikberatkan pada peran masyarakat urban dalam meningkatkan penggunaan sepeda untuk menunjang kegiatannya, termasuk kegiatan sehari-hari dan berwisata. Salah satu caranya adalah melibatkan para stakeholder, pelaku usaha dan masyarakat di sekitar track dan etape yang dilalui oleh pesepeda. Pelibatan pesepeda urban dalam menjaga lingkungan dapat ditingkatkan dengan konsep *reward*, bekerja sama dengan pihak lain.

## Daftar Pustaka

- Abraham, J., (2001). *Analysis of Highway Speed Limits*. Faculty of Applied Science and Engineering, University Toronto, Canada.
- Adiono. A.D, Bakhtiar. Y, Supatmo. Y, Muniroh. M, Hadianti. T. (2018). Perbandingan Efek Olahraga *Indoor* dan *Outdoor* Terhadap Tingkat Stres Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro, *Jurnal Kedokteran Diponegoro*, 7, (2), 1088-1098.
- Andries. F. R. (2007), Perumusan Strategi Pemasaran Berdasarkan Analisis SWOT – Studi Kasus Pada PT. Waringin Puspanusa Lestari Jakarta. Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.
- Aquarita. D, Rosyidie. A, Pratiwi. W.D. (2016).  
Potensi Pengembangan Wisata Sepeda di Kota Bandung Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Wisatawan. *Jurnal Pengembangan Kota*, 4, (1), 14-20.
- Giriwijoyo. S.Y.S, Ichsan. M, Harsono, Setiawan. I, Wiramihardja. K.K. (2005). *Manusia dan Olah Raga*: Penerbit ITB.
- Gunanti. I.M. (2010), Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Orang Bersepeda Dengan *Structural Equation Modeling*. Skripsi. Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia Depok  
[http://www.udg.edu/ca/Portals/59/OContent\\_Docs/2011\\_Compendium\\_Tracking\\_Guide\\_1\\_.pdf](http://www.udg.edu/ca/Portals/59/OContent_Docs/2011_Compendium_Tracking_Guide_1_.pdf)  
<https://isna-persagi.id/2018/10/17/met-metabolic-equivalent/>
- Kawulur, C. I., Sendow, T. K., Lintong, E., & Rumayar, A. L. E. (2013). Analisa Kecepatan Yang Diinginkan Oleh Pengemudi (Studi Kasus Ruas Jalan Manado-Bitung). *Jurnal Sipil Statik*, 1(4), 289–297.
- Sastrapraja. D.S. (2014), Strategi Komunikasi Penggiat Kelompok Sepeda “Tangerang Last Friday Ride”. Skripsi. Konsenterasi Ilmu Humas, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang, Banten
- Sulistyo. D, Triana. B, Winarsih. N. (2011), Upaya Penggunaan Sepeda Sebagai Moda Transportasi di Kota Surabaya, *Proceeding PESAT (Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitektur & Sipil)*, (pp. 46–50), Universitas Gunadarma.
- The 2012 AASHTO The Bike Guide: An Overview. AASHTO & Federal Highway Administration.  
The 2018 AASHTO The Bike Guide: Your Presenters.
- Weiler, B., & Hall, C. M. (1992). *Special interest tourism*. Canada: John Wiley and Sons.
- Wibowo. W, (2009). Analisis Internal & Eksternal (IE) Matrik Dalam Strategi Pengembangan Objek Wana Wisata Grajagan, *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 14, (2), 161-170.
- Widiyatmoko. (2014). Gaya Hidup Urban Jakarta dan Budaya Populer (Studi Kasus The Color Run CIMB Niaga), 301 - 311: ASPIKOM, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Universitas Kristen Petra Surabaya, Universitas Muhammadiyah Malang, Buku Litera Yogyakarta.

- Zainuddin. R. (2008), Strategi Peningkatan Kinerja Aparatur Pemerintah Desa/Kelurahan di Kecamatan Meral-Kabupaten Karimun. Tesis, Program PascaSarjana, Universitas Terbuka, Jakarta.
- Zuhdi. A, Amelia. R, Syukur. M. A. (2015), Analisis SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats) Kebijakan Relokasi Pedagang Kaki Lima (PKL) - Studi Kasus di Pasar Pratistha Harsa, Purwokerto, Banyumas, Jawa Tengah., Laporan Hasil Penelitian Kolektif, Jurusan Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto.

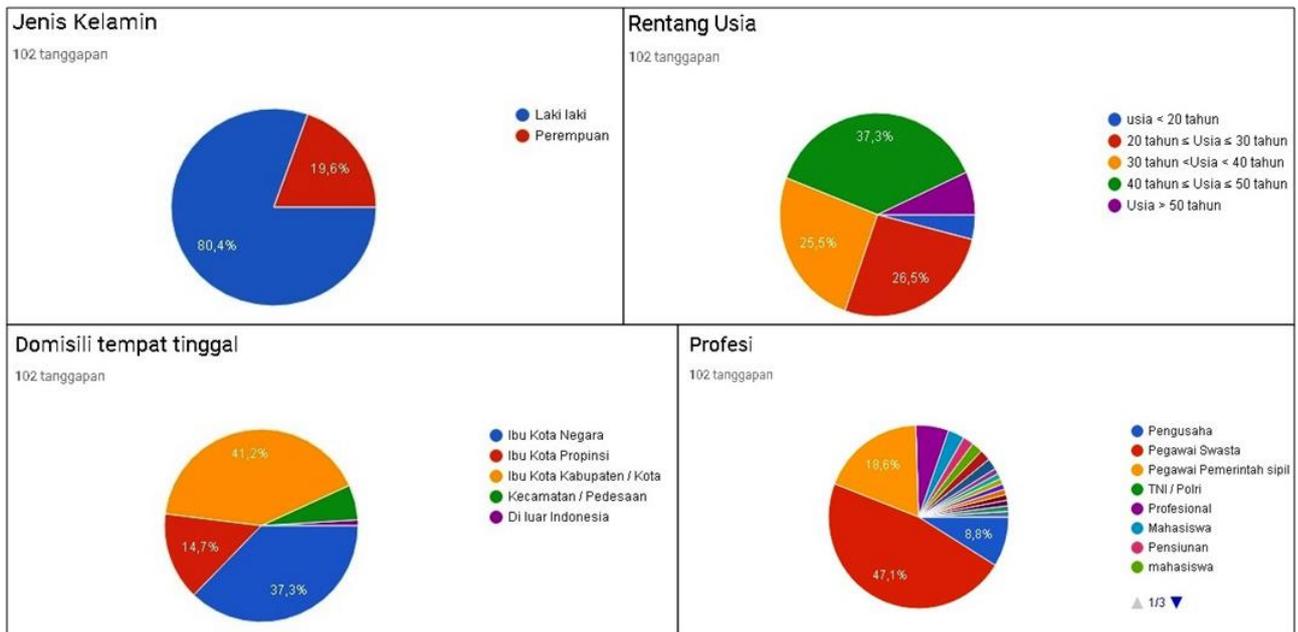
## Lampiran 1

Tabel 9. Kuesioner Hasil Observasi

BAGIAN NO	PERTANYAAN					
Data Diri Responden						
A	1 Jenis kelamin Anda	a. Laki Laki	b. Perempuan			
	2 Rentang Usia	a. Usia < 20	b. 20 ≤ Usia ≤ 30	c. 30 < Usia < 40	d. 40 ≤ Usia ≤ 60	e. Usia > 60
	3 Profesi	a. Pengusaha	b. Pegawai Swasta	c. Pegawai Pemerintah sipil	b. TNI / Polri	d. Profesional
	4 Domisili tempat tinggal	a. Ibu Kota Negara	b. Ibu Kota Propinsi	c. Ibu Kota Kabupaten / Kota	d. Kecamatan / Pedesaan	e. Di luar Indonesia
Sepeda						
B	1 Hobi bersepeda sejak	a. < 1 tahun	b. 1 tahun ≤ Antara < 3 tahun	c. 3 tahun ≤ Antara < 5 tahun	d. 5 tahun ≤ Antara < 8 tahun	e. ≥ 8 tahun
	2 Jumlah sepeda yang dimiliki	a. 1	b. 2 ≤ antara ≤ 5	c. 6 ≤ antara ≤ 10	c. 11 ≤ antara ≤ 15	e. > 15
	3 Alasan mengendarai sepeda	a. praktis	b. hemat	c. sehat	d. keren	e. semua benar
Motivasi (pilih salah satu jawaban yang paling sesuai dengan anda)						
C	1 Motivasi anda bersepeda adalah	a. berolah raga	b. berwisata	c. menjelajah daerah baru	d. Penghematan & GoGreen	e. semua benar
	2 Berdasarkan motivasi diatas, harapan yang paling diinginkan setelah bersepeda	a. kebugaran	b. mendapat pengalaman baru	c. pencapaian prestasi	d. mendapatkan peluang bisnis	e. hemat Finansial & mengurangi polusi
	3 Saat bersepeda sendirian, tujuan favorit nya adalah	a. tempat bersejarah	b. wisata alam	c. wisata kuliner	d. wisata belanja	e. Tempat beraktivitas rutin
	4 Saat bersepeda dalam kelompok, tujuan favorit nya adalah	a. tempat bersejarah	b. wisata alam	c. wisata kuliner	d. wisata belanja	e. Tempat beraktivitas rutin
	5 Kelompok Favorite dalam bersepeda	a. Keluarga	b. rekan kerja	c. rekan lingkungan tempat tinggal	d. rekan grup sepeda	e. lainnya
	6 Jenis interaksi dengan masyarakat selama bersepeda	a. Membagikan logistik	b. berbagi pengalaman	c. menjalin kerjasama	d. beristirahat di fasilitas masyarakat	e. Semuanya tidak cocok
	7 Kendala selama bersepeda di perkotaan	a. Niat yang kurang kuat	b. sosial / masyarakat	c. Kondisi lalu lintas & infrastruktur	d. Tidak ada aturan bersepeda yang jelas	e. semuanya benar
	8 Kendala selama bersepeda di pedesaan, alam pegunungan, pesawahan, luar kota, dsb	a. Kerusakan sepeda	b. Finansial	c. kelelahan fisik & mental	d. kondisi alam & masyarakat	e. semuanya benar
	9 Kebiasaan yang paling sering dilakukan saat bersepeda di lingkungan alam	a. Menjaga lingkungan tanpa me-	b. Meninggalkan sisa kegiatan (logistik, dan penunjangnya termasuk sisa rokok)	c. berinteraksi dengan masyarakat lokal	d. tidak ada interaksi dengan masyarakat	e. Semuanya tidak cocok
	10 Untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan bersama, sikap yang paling cocok bagi pesepeda adalah	a. secara personal berperan sert b. menghindari lokasi yang lin c. beramai ramai mengadakan bakti d. Mengkampanyekan gerakan aktif sebagai duta lingkungan	kungannya tidak terjaga da nyaman	sosial untuk menjaga kebersihan bersepeda dan kenyamanan lingkungan		e. Tidak membuang sampah sembarangan
	11 Melibatkan pesepeda untuk berkontribusi menjaga kebersihan dan kenyamanan lingkungan	a. sangat setuju	b. setuju	c. Ragu ragu	d. Tidak setuju	e. sangat tidak setuju

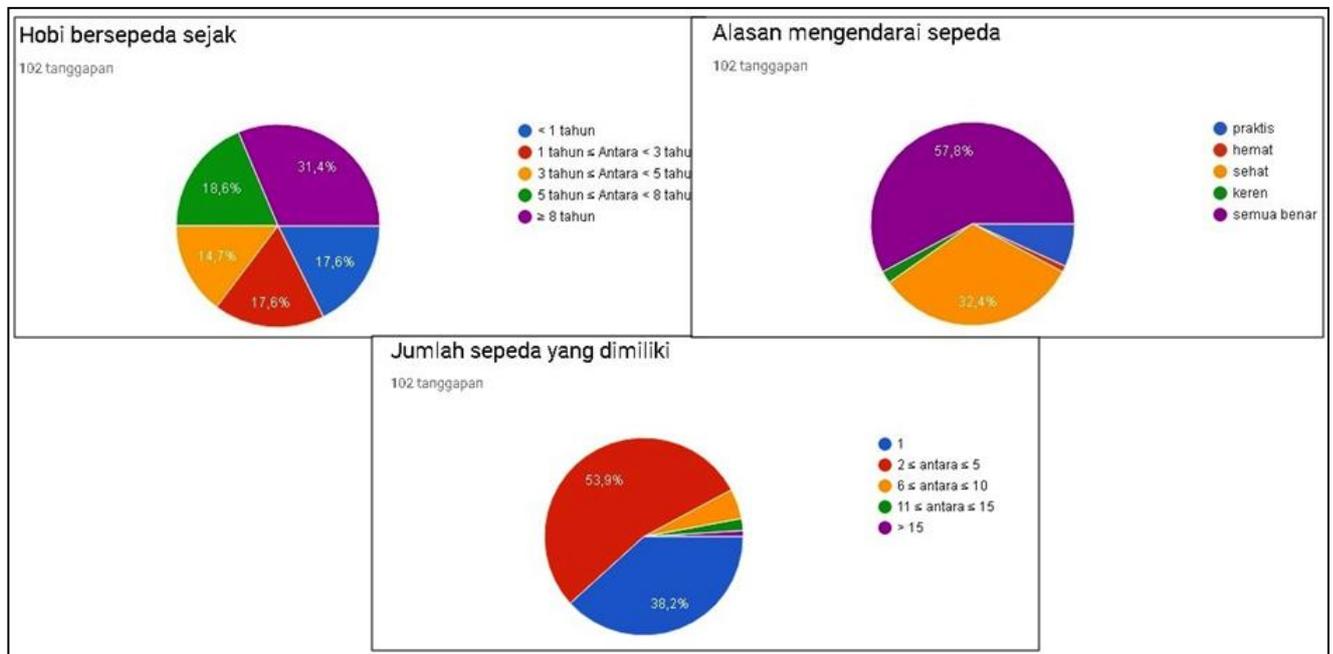
(Sumber: Instrumen Kuesioner Penelitian, 2019)

Lampiran 2



Gambar 5. Diagram Hasil Kuesioner Bagian A (Jenis Kelamin, Rentang Usia, Domisili dan Profesi)  
 (Sumber: Kuesioner Penelitian google form; <https://forms.gle/Lr3fGhmFrg2DUb3r7>, 2019)

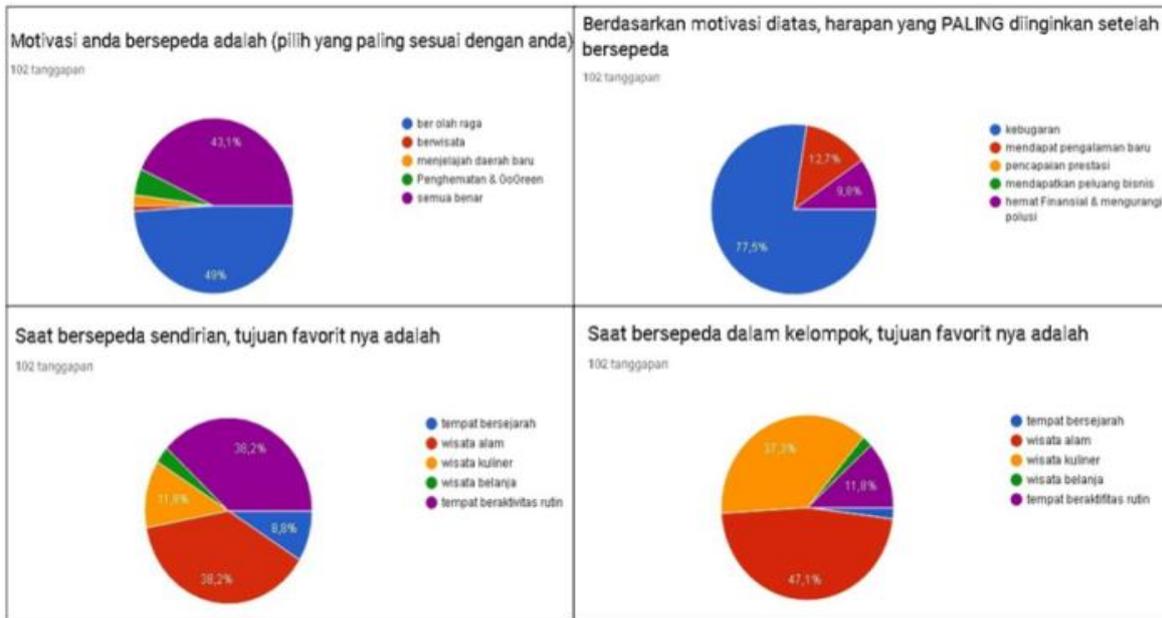
Lampiran 3



Gambar 6. Diagram Hasil Kuesioner Bagian B (Durasi Hobi Bersepeda, Alasan Bersepeda, dan Jumlah Sepeda Yang Dimiliki)

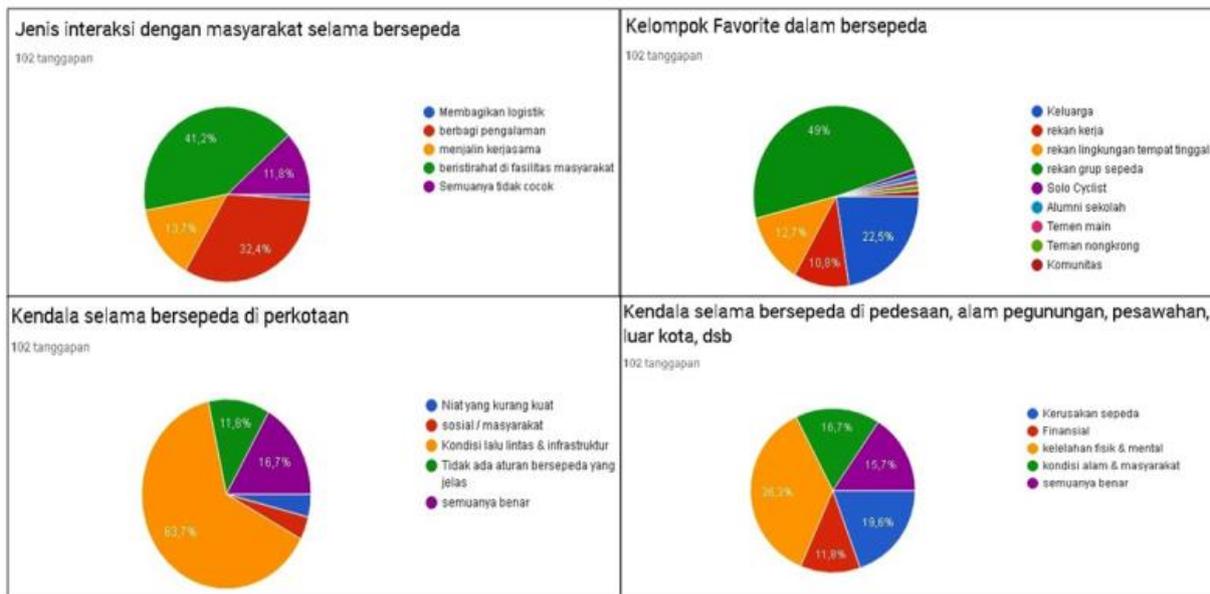
(Sumber: Kuesioner Penelitian google form; <https://forms.gle/Lr3fGhmFrg2DUb3r7>, 2019)

Lampiran 4



**Gambar 7. Diagram Hasil Kuesioner Bagian C (Motivasi Bersepeda, Harapan Setelah Bersepeda, Tujuan Favorit Saat Bersepeda Sendiri dan Tujuan Favorit Saat Bersepeda Berkelompok)**  
(Sumber: Kuesioner Penelitian google form; <https://forms.gle/Lr3fGhmFrg2DUb3r7>, 2019)

Lampiran 5



**Gambar 8. Diagram Hasil Kuesioner Bagian C (Interaksi Pesepeda Dengan Masyarakat, Kelompok Favorit Bersepeda, Kendala Bersepeda di Perkotaan dan Kendala Bersepeda di Luar Kota)**  
(Sumber: Kuesioner Penelitian google form; <https://forms.gle/Lr3fGhmFrg2DUb3r7>, 2019)

Lampiran 6



**Gambar 9. Diagram Hasil Kuesioner Bagian C (Kebiasaan Pesepeda Saat di Lingkungan Alam, Sikap yang Paling Cocok untuk Pesepeda dan Melibatkan Pesepeda Dalam Menjaga Lingkungan)**

(Sumber: Kuesioner Penelitian google form; <https://forms.gle/Lr3fGhmFrg2DUb3r7>, 2019)