



Faktor Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Gwk Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata di Bali

Salma Karamy¹, Khoirotunnisa Nur Priyanti², Farrah Puspita³, Vita Cecilia⁴, Gagih Padini⁵

^{1,2,3}Universitas Nasional

Abstract

Received: 6 Maret 2023
Revised: 14 Maret 2023
Accepted: 21 Maret 2023

Tourism is a sector that plays a role in the regional development process by encouraging regional economic growth. Tourism plays an important role in driving economic activities, improving people's welfare and creating jobs. The island of Bali has a variety of diverse tourist attractions. One of them is Gianyar Regency which is famous for its arts and culture. The interest of tourists visiting a tourist destination is influenced not only by its attractiveness, but also by the motivation of tourists to travel. . Tourist motivation is an important factor in determining which tourist attractions to visit. Tourism motivation studies have shifted from seeing motivation as a short-term process to looking at travel behavior, placing more emphasis on the influence of motivation on psychological needs and long-term planning, and endogenous as a very important factor. such as self-actualization. The research method used is in the form of literature review research techniques by reviewing national and international journals.

Keywords: *Tourism motivation, tourist attractions, tourist destination, psychological, pandemic*

(*) Corresponding Author: *salmaak24@gmail.com, nisapriyanti07@gmail.com, farrahpspt@icloud.com, vitaceciliachai9d@gmail.com, gagih@civitas.unas.ac.id*

How to Cite: Karamy, S., Priyanti, K., Puspita, F., Cecilia, V., & Padini, G. (2023). Faktor Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Gwk Sebagai Salah Satu Destinasi Wisata di Bali. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(9), 255-259. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7951753>

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah wilayah yang memiliki peran dalam membangun daerah dengan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Pariwisata berperan penting dalam menggerakkan kegiatan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menciptakan lapangan kerja (D. Sari et al., 2018). Ikut andilnya wilayah pariwisata memperlihatkan bahwa kas negara yang berasal dari pengunjung tepat wisata, naiknya terhaddap PDB, serta membuka kesempatan kerja. Sektor pariwisata juga merangsang industri dan sektor lain yang menggerakkan ekonomi lokal (Prasetia, 2021).

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia dan ditandai dengan keindahan alamnya. 5.776 pulau besar dan kecil yang berada di garis khatulistiwa melindungi alam yang indah. Salah satu negara bagian yang paling terkenal adalah Bali. Bali masih menjadi salah satu tujuan wisata yang paling banyak dikunjungi. Bali juga telah meraih beberapa penghargaan di tingkat nasional dan internasional. Pada tahun 2018, Dengan penghargaan ini, Bali telah menjadi salah satu tujuan utama dunia untuk atraksi, aksesibilitas dan fasilitas. Meski dilanda wabah Covid-19 2019-2021, Bali kini mulai membuka destinasi wisatanya. Selama pandemi, sektor pariwisata Denpasar sangat terpengaruh. Menurut survei

Badan Pariwisata yang ada. Salah satunya adalah wisata pertunjukan (Dewantara, 2021).

Pulau Bali memiliki berbagai keunikan tersendiri bagi pengunjung. Cukup terkenal adalah wilayah Gianyar terkenal akan kesenian dan budayanya. Dilihat dari secara biokrasi, wilayah Gianyar dipecah menjadi 8 bagian serta memiliki tear wisatawan cukup terkenal, yakni Ubud dan tempat wisatawan khusus. Pada wilayah Ubud terdiri dari satu kelurahan dan tujuh desa, diantaranya Kelurahan Ubud, Desa Sayan, Desa Peliatan, Desa Kedewatan, Desa Mas, Desa Petulu, Desa Lodtunduh, dan Desa Singakerta. Bali dikenal sebagai destinasi budaya yang kaya dengan atraksi pertunjukan adat. Pertunjukan adat ini berlangsung mulai dari skala di desa adat, kecamatan, kabupaten, hingga provinsi. Pertunjukan adat didefinisikan sebagai suatu perhelatan yang ditujukan kepada pengunjung, baik yang dikemas maupun belum dikemas sebagai atraksi wisata, dengan menyampaikan nilai-nilai budaya adat setempat (L. P. P. S. Sari & Zuraida, 2019).

Minat wisatawan berkunjung ke tempat pariwisata yang tidak hanya dilihat dari daya tariknya, tetapi juga oleh motivasi wisatawan untuk menikmati tempat wisata. Motivasi wisatawan merupakan faktor penting dalam menentukan tempat wisata mana yang akan dikunjungi. Pentingnya motivasi wisatawan untuk berwisata ke suatu destinasi. Motivasi salah satu hal mendasar yang studi tempat wisata dan pengunjung sebab memicu bepergian, namun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Prasetia, 2021).

Berdasarkan penelitian, kami menemukan bahwa ada sekitar 14 faktor yang dapat mempengaruhi motivasi wisatawan asing untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Faktor-faktor tersebut antara lain kebaruan, pelarian/relaksasi, hubungan (penguatan), otonomi, alam, pengembangan diri (host site keterlibatan), stimulasi, pengembangan diri (pengembangan diri), hubungan (keamanan), aktualisasi diri, dan isolasi. , termasuk nostalgia. , Romantis, dan Syukur. Menurut literatur lain, penurunan motivasi wisatawan disebabkan karena sebagian besar pariwisata Indonesia dilakukan oleh kelompok usia muda (yaitu wisatawan di bawah usia 25), yang pada tahun 2014 mencapai sekitar 21,8% pada tahun 2014, dan terus meningkat sejak tahun 2014. Tahun lalu sekitar 21,1% (D. Sari et al., 2018)..

Kajian motivasi pariwisata telah bergeser dari melihat motivasi sebagai proses jangka pendek menjadi melihat perilaku perjalanan, lebih menekankan pada pengaruh motivasi terhadap kebutuhan psikologis dan perencanaan jangka panjang, dan endogen sebagai faktor yang sangat penting. seperti aktualisasi diri). Menurut Murphy, orang yang melakukan perjalanan pada dasarnya dimotivasi oleh beberapa motivasi. Berbagai motivasi yang mendorong perjalanan. Motif-motif ini dapat dikategorikan menjadi empat kelompok utama: motif fisik, budaya, sosial dan fantasi (Jauz, 2018).

Agar penelitian ini dapat dilakukan secara tepat sasaran, dibatasi hanya untuk mengkaji motivasi wisatawan asing dan domestik berkunjung ke objek wisata destinasi Garuda Wisnu Kencana. Motif wisatawan yang diteliti terbatas pada motif fisik, budaya, sosial dan fantasi Denpasar, jumlah wisatawan internasional menurun 83,26% dari 2019 hingga 2020. Harapan lahir setelah terminal domestik di Bandara Ngurah Rai dibuka kembali pada Juli 2020. Pada saat yang sama, pemerintah pusat menyelenggarakan program Work from Bali

dan meminta kementerian untuk membantu memulihkan pariwisata ke Pulau Dewata. Saat itu, pejabat pariwisata juga dibenahi untuk mempersiapkan sumber daya pariwisata.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah Literature review. Menurut Hasibuan, Zainal A. (2007), Literature review berisi uraian tentang teori, temuan dan bahan penelitian lain yang diperoleh dari bahan acuan untuk dijadikan landasan kegiatan penelitian. Uraian dalam literature review ini diarahkan untuk menyusun kerangka pemikiran yang jelas tentang pemecahan masalah yang sudah diuraikan dalam sebelumnya pada perumusan masalah. Literature review berisi ulasan, rangkuman, dan pemikiran penulis tentang beberapa sumber pustaka.

Berdasarkan beberapa kajian yang sudah ditulis dalam latar belakang dan menentukan masalah yang terdapat saat ini, peneliti akan menggunakan teknik penelitian literatur review dengan mereview jurnal-jurnal nasional dan internasional yang berkaitan dengan judul penelitian kami yaitu “Faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan dalam mengunjungi destinasi wisata. Jurnal yang akan kami review bersumber dari platform jurnal seperti Google Scholar dan Do Aj minimal sebanyak 12 jurnal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian D. Sari et al., (2018) setidaknya ada 7 faktor baru adalah faktor motivasi pengjung muda dalam menjalankan wisata permintaan khusus. Beberapa faktor yang dihasilkan selanjutnya mengkomparasikan dari faktor pertama serta juga studi sebelumnya. Faktor bisa disebut sebagai Faktor Pendukung Berwisata, Faktor Novelty, Faktor Ego and family Enhancement, Faktor Leisure time, Faktor aktualisasi diri, Faktor Wish-Fulfillment Faktor Interaksi Sosial. Dari beberapa faktor itu, faktor motivasi sangat dominan adalah faktor pendungan wisatawan dengan skor eigenvalue sebanyak 10,017.

Beberapa faktor awal setelah dilakukan analisis dapat disimpulkan bahwa faktor tersebut menjadi bagian dari faktor baru. Perbedaan yang hadir dari faktor baru yang sudah dijelaskan ternyata sudah mewakili dari studi sebelumnya. Faktor baru yang dihasilkan dari penelitian ini dapat dipergunakan dalam penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan cara analisa dalam melihat motivasi wisatawan muda dalam berwisata di wilayah pariwisata tanpa menganalisis berbagai faktor.

Sama halnya dalam penelitian (Dewantara, 2021; Jauz, 2018). Berdasarkan penelitiannya menunjukkan bahwa mayoritas pendapat informan menuju kepada pencarian kebaruan event (event novelty) sebagai motivasi utama menikmati pertunjukan adat di Bali. Motivasi lainnya yang cukup sering muncul adalah upaya pelarian diri (escape) dan membuat diri semakin bahagia dan bergairah (excitement). Ketiga motivasi utama ini dapat dikaitkan dengan sejumlah konsep mengenai event novelty, excitement pada pertunjukan adat, dan upaya escaping dari rutinitas sehari-hari. Event yang mengandung sisi kebaruan muncul dari sebuah inovasi. Kebaruan event di Bali sebenarnya sudah tampak dari latar belakang agama hingga budaya yang menginspirasi.

Pada proses pemulihan pariwisata Bali, di tengah pandemi, penting untuk memahami motivasi wisatawan domestik dalam menikmati pertunjukan adat, sebagai salah satu atraksi budaya. Penyelenggara pertunjukan adat termasuk pelaku sektor pariwisata tentu berharap untuk mendatangkan wisatawan atau audience yang dapat memahami, bersantai, memiliki push and pull ketika destinasi, memiliki place attachment dengan destinasi wisata, bersosialisasi (socializing), merasa berbahagia dan bergairah (excitement), menemukan hal yang baru dan unik (event novelty), melarikan diri sejenak dari rutinitas (escape), dan turut menikmatinya bersama dengan keluarga (family togetherness). Hasil penelitian dengan sejumlah informan, melalui metode FGD dan interview, dengan rentang demografis yang beragam menghasilkan temuan motivasi yang berbeda-beda namun masih berada dalam kerangka variabel tersebut. Motivasi yang berbeda ini mempengaruhi minat mereka dalam rangka menikmati dan mendatangi sebuah custom event (pertunjukan adat).

Berdasarkan penelitian (L. P. P. S. Sari & Zuraida, 2019) mendapatkan hasil bahwa motivasi pengunjung dapat dikategorikan menjadi 4 faktor besar yaitu motivasi fisik, budaya, sosial, dan fantasi. Dari faktor tersebut, faktor motivasi dalam stui ini memiliki motivasi utama atau motivasi dominan yang menjadi motivasi wisatawan untuk datang berkunjung ke Ubud, yaitu seperti physical or physiological motivation wisatawan mancanegara yang paling dominan merupakan variabel A2 mengenai beristirahat dan rileks yang diperjleas terkait faktor motivasi fisik yang dominan wisatawan luar negeri ke Ubud dengan nilai communalities tertinggi sebesar 87,2%. Lalu Faktor motivasi budaya (cultural motivation) wisatawan mancanegara yang paling dominan yaitu bertemu dengan masyarakat lokal mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi budaya yang mendominasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kelurahan Ubud sebesar 80,4%.

Hampir sama dengan penelitian Prasetya,(2021) dan Supina, (2019) terkait hadirnya Patung Garuda Wisnu Kencana adalah sangat ditunggu dalam meningkatkan sktor wisata di Indonesia. Destinasi baru tersebut sebagai ikon tempat wisata di Indonesai yang selama ini belum ada ikon khusus di sktor pariwisata di Indoensia. Namun pada tahun pertama hamper kebanyakan responden dalam studi ini yani sebesar 87.5% responden yang belum mengetahui adanya ikon baru. Sedangkan 12,5% responden sudah tahu adanya destinasi baru di Bali. Jika destinassi ini tidak diketahui, maka ikon tempat wisata tidak memiliki efek apapun dalam sktor wisata di Indonesia. mekipun demikian setidaknya 55% responden sudah pernah ke wilayah Bali meskipun demikian kesadaran wisata luar negari masish cukup rendah. Yang berkunjung sebesar 87.5% responden tidak tahu mengenai belum mengetahui akan kehadiran salah satu pantung terbesar di dunia disebabkan publikasi mengenai ikon GWK ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian dari beberapa penelitian, didapatkan banyak sekali faktor yang mempengaruhi minat seseorang untuk berkunjung ke wisata yang ada di Bali. Beberapa kajian mengatakan terdapat 4 faktor besar yang berhubungan dengan motivasi fisik, sosial, fantasi dan sosial. Namun beberapa penelitian juga mengatakan banyak faktor baru mengenai timbulnya faktor-faktor

baru dari faktor utama. Pada dasarnya semua faktor pasti memiliki tujuannya masing-masing dan hal ini dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kembali strategi promosi untuk meningkatkan motivasi pengunjung terhadap destinasi wisata Garuda Wisnu Kencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Dewantara, M. H. (2021). Motivasi Wisatawan Domestik Dalam Menikmati Pertunjukan Adat Di Bali. *Journey*, 4(2), 277–298.
- Jauz, M. Al. (2018). *Analisis Faktor Motivasi dalam Skop Internal, Eksternal dan Atribut Islam Studi Wisatawan Muslim di Lombok, Nusa Tenggara Barat*. 166. [http://repository.ub.ac.id/163925/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/163925/1/Muharrar Al Jauzi.pdf](http://repository.ub.ac.id/163925/%0Ahttp://repository.ub.ac.id/163925/1/Muharrar%20Al%20Jauzi.pdf)
- Praselia, G. B. (2021). Pengaruh motivasi eksternal wisatawan terhadap tingkat kunjungan wisatawan di pantai happy desa tukadmungga. *SISTA JOURNAL*, 1(2), 162–171.
- Sari, D., Kusumah, A. H. G., & Marhanah, S. (2018). Analisis Faktor Motivasi Wisatawan Muda Dalam Mengunjungi Destinasi Wisata Minat Khusus. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 1(2), 11–22. <https://doi.org/10.17509/jithor.v1i2.13762>
- Sari, L. P. P. S., & Zuraida, L. (2019). Motivasi Wisatawan Mancanegara Berwisata Ke Ubud, Kabupaten Gianyar. *Jurnal Kepariwisataaan*, 18(1), 45–55. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jpar/article/view/366>
- Situmeang, I. V. O. (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata: Menciptakan Seminyak Menjadi Top of Mind Tujuan Wisata Di Bali. *Scriptura*, 10(1), 43–52. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.1.43-52>
- Supina, S. (2019). Pengetahuan Wisatawan Mancanegara atas Kehadiran Patung Garuda Wisnu Kencana sebagai Ikon Pariwisata Indonesia. *JSHP : Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.32487/jshp.v3i2.675>