

MOTIVASI WISATAWAN MANCANEGARA BERWISATA KE UBUD, KABUPATEN GIANYAR

LUH PUTU REGITA PERMATA SARI

regitapermatasari@gmail.com

LUKIA ZURAI DA

lukiazuraida@gmail.com

Program Studi Destinasi Pariwisata

Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali

Jl. Dharmawangsa, Kampial Nusa Dua Bali, Telp: (0361) 773537

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motivasi utama wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kelurahan Ubud. Faktor-faktor motivasi wisatawan yang diteliti dalam penelitian meliputi motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial, dan motivasi fantasi. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif-kuantitatif dengan teknik analisis faktor konfirmatori dengan bantuan program software IBM SPSS Statistics 23. Hasil penelitian ini menemukan bahwa dari keempat faktor motivasi wisatawan yang diteliti, masing-masing faktor motivasi memiliki motivasi yang mendominasi wisatawan untuk berkunjung ke Kelurahan Ubud. Motivasi fisik yang mendominasi adalah 'beristirahat dan rileks' dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,872. Motivasi budaya yang mendominasi adalah 'bertemu dengan masyarakat lokal' dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,804. Motivasi sosial yang mendominasi adalah 'bersama dengan seseorang yang memiliki ketertarikan akan sesuatu yang sama' dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,914. Motivasi fantasi yang mendominasi adalah 'mewujudkan perjalanan wisata impian' dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,856.

Kata kunci: Motivasi wisatawan, wisatawan mancanegara, destinasi pariwisata

ABSTRACT

This research was conducted to determine the main motivation of foreign tourist visiting Ubud. Tourist motivation factors that examined in this research including physical motivation, cultural motivation, social motivation, and fantasy motivation. The data in this research were obtained through distributing questionnaires to 100 respondents. Data analysis in this research used quantitative descriptive analysis with confirmatory factor analysis by using software IBM SPSS Statistics 23. The result showed that the four of tourist motivation factors, each factors had a main motivation. The main motivation of physical motivation is 'to resting and relaxing' had the highest communalities score 0,872. The main motivation of cultural motivation is 'to meet the local people' had the highest communalities score 0,804. The main motivation of social motivation is 'to being with others who enjoy the same thing as I do' had the highest communalities score 0,914. The main motivation of fantasy motivation is 'to fulfilling my dreams of travel' had the highest communalities score 0,856.

Keyword: Tourist motivation, international tourist, tourism destination

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu destinasi pariwisata yang hingga saat ini masih banyak dikunjungi oleh wisatawan. Bali juga telah meraih beberapa penghargaan ditingkat internasional seperti penghargaan yang diperoleh dari Kayak Travel Awards Singapore 2018. Bali juga menduduki peringkat keempat dalam Top 25 Destinations 2018 yang diselenggarakan oleh TripAdvisor. Diraihnya penghargaan tersebut menjadikan Bali sebagai salah satu destinasi wisata dengan atraksi, aksesibilitas, dan amenities pariwisata yang baik di tingkat internasional. Pada periode tahun 2014 hingga tahun 2018 terjadi peningkatan secara signifikan dengan rata-rata peningkatan sebesar 14% per tahun (BPS Bali, 2017).

Pulau Bali memiliki berbagai daya tarik wisata yang beragam. Salah satunya adalah Kabupaten Gianyar yang terkenal akan kesenian dan budayanya. Secara administratif, Kabupaten Gianyar terbagi menjadi delapan kecamatan dan memiliki dua Kawasan Pariwisata yaitu Kawasan Pariwisata Ubud dan Kawasan Pariwisata Lebih. Kawasan Pariwisata 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.

Kelurahan Ubud merupakan salah satu destinasi wisata yang termasuk ke dalam Kawasan Pariwisata Ubud yang terkenal akan budaya dan keseniannya, baik itu seni lukis, seni patung, seni tabuh serta seni tarinya. Sebagai tempat seni dan budaya, Ubud juga mengadakan berbagai event tingkat internasional seperti Ubud Village Jazz Festival, Ubud Writers and Reader Festival, Bali Spirit Festival, dan Ubud Food Festival. Event yang rutin dilaksanakan tersebut berpengaruh

terhadap kunjungan wisatawan ke Ubud. Seiring berjalannya waktu, Ubud semakin diakui di dunia pariwisata internasional, hal ini dibuktikan dengan diperolehnya Ubud sebagai salah satu The World's Top 15 Cities 2018 yang diselenggarakan oleh Travel and Leisure. Ubud termasuk ke dalam kategori tersebut dikarenakan memenuhi karakteristik sebagai top cities yang ditetapkan

oleh Travel and Leisure yaitu sights/landmarks, culture, food, friendliness, shopping, and value. Selain berdasarkan karakteristik tersebut, survey yang dilakukan oleh Travel and Leisure turut mengungkapkan Ubud sebagai spiritual center.

Ketertarikan wisatawan dalam mengunjungi suatu destinasi wisata selain daya tarik yang dimiliki juga dipengaruhi oleh motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata. Motivasi wisatawan merupakan faktor yang penting bagi wisatawan dalam mengambil keputusan mengenai daya tarik wisata yang akan dikunjungi. Pentingnya motivasi wisatawan dalam melakukan suatu perjalanan wisata ke suatu destinasi karena motivasi adalah hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Pitana dan Gayatri, 2005: 56).

Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinsik (seperti self actualisation) sebagai komponen yang sangat penting menurut Cohen (dalam Pitana dan Gayatri, 2005: 58). Pada dasarnya, seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh dan Murphy (dalam Pitana dan Gayatri 2005: 58) mengatakan bahwa motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar diantaranya motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial, dan motivasi fantasi.

(1) Physical or physiological motivation (motivasi fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya. (2) Cultural motivation (motivasi budaya) yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya

(monumen bersejarah). (3) Social motivation Pelaksanaan accidental sampling dalam penelitian or interpersonal motivation (motivasi yang ini ditujukan kepada wisatawan mancanegara bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan yang berkunjung ke Kelurahan Ubud. Penentuan keluarga (VFR, Visiting friends and relatives), jumlah sampel dalam penelitian didapatkan menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang berdasarkan perhitungan Slovin sebanyak 100 dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), responden.

melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan seterusnya. (4) Fantasy motivation (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enchantment yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Batasan Masalah

Agar penelitian ini terarah dan terfokus, maka dibatasi hanya meneliti motivasi wisatawan mancanegara yang mengunjungi daya tarik wisata yang berada di Kelurahan Ubud, Kabupaten Gianyar. Motivasi wisatawan yang diteliti adalah sebatas motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial, dan motivasi fantasi.

Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah motivasi utama wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kelurahan Ubud, Kabupaten Gianyar?”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di beberapa daya tarik wisata yang terdapat di Kelurahan Ubud, Kabupaten Gianyar diantaranya Taman Kemuda Saraswati, Puri Ubud, Monkey Forest, Museum Ratna Warta, Museum Pendet, dan Museum Antonio Blanco. Penelitian ini dilakukan di 2 (dua) daya tarik wisata utama di Kelurahan Ubud yaitu Puri Ubud dan Taman Kemuda Saraswati. Obyek dalam penelitian ini adalah motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kelurahan Ubud, Kabupaten Gianyar.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan mancanegara yang sudah berusia lebih dari 17 tahun dan telah mengunjungi daya tarik wisata di Kelurahan Ubud. Sampel yang digunakan adalah accidental sampling.

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan beberapa metode dalam teknik pengumpulan data, diantaranya observasi yang digunakan untuk mengetahui gambaran umum, kondisi fisik, serta sarana dan prasana di Kelurahan Ubud, penyebaran kuesioner untuk mengetahui motivasi wisatawan mancanegara dalam berkunjung ke Kelurahan Ubud dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif–kuantitatif dengan teknik analisis faktor konfirmatori. Menurut Norusis dalam Gunawan (2016: 298), analisis faktor konfirmatori atau confirmatory factor analysis (CFA) adalah suatu teknik analisis faktor dimana secara apriori berdasarkan teori dan konsep yang sudah diketahui dipahami atau ditentukan sebelumnya, maka dibuat sejumlah faktor yang akan dibentuk, serta variabel apa saja yang termasuk ke dalam masing-masing faktor yang dibentuk dan sudah pasti tujuannya. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang dominan dalam menjelaskan suatu masalah. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang akan diteliti yaitu faktor motivasi wisatawan yang terdiri dari motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi sosial, dan motivasi fantasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terhadap 100 responden wisatawan mancanegara. Penggolongan karakteristik responden dapat dilihat dalam Tabel 1 dan Tabel 2 berikut.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Kewarganegaraan		
Eropa	64	64
Asia	13	13
Amerika	13	13
Australia	7	7
Oseania	3	3
Jenis Kelamin		
Laki-laki	42	42
Perempuan	58	58
Usia (tahun)		
17-32	28	28
33-48	46	46
> 49	26	26

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Tabel 2. Aktivitas yang Dilakukan

Aktivitas	Jumlah (orang)	Persentase (%)
<i>Culinary</i>	46	46
<i>Sightseeing</i>	62	62
<i>Shopping</i>	41	41
<i>Rafting</i>	12	12
<i>Yoga</i>	7	7
<i>Trekking</i>	11	11
<i>Cycling</i>	9	9
<i>Visiting cultural and spiritual landmarks</i>	72	72
<i>Learn traditional performances and craft</i>	32	32
<i>Visiting art galleries, museums</i>	51	51

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Analisis Data

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner yang diberikan kepada responden. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap wisatawan yang telah berkunjung ke Kelurahan Ubud dan merupakan wisatawan mancanegara yang sudah berusia lebih dari 17 tahun.

Nilai validitas masing-masing pertanyaan dapat dilihat dari nilai item total correlation.

Nilai r tabel didapat dengan melihat nilai N atau jumlah sampel pada distribusi nilai r tabel Product Moment Pearson. Jika nilai item total correlation \geq r tabel maka item tersebut dinyatakan valid, namun jika nilai item total correlation $<$ r tabel maka item tersebut dinyatakan tidak valid. Pengujian validitas ini dilakukan kepada 30 responden, dimana nilai r tabel dengan N=30 adalah sebesar 0.361. Dalam Tabel 3 berikut ditampilkan mengenai hasil uji validitas terhadap 26 indikator penelitian.

Tabel 3. Uji Validitas

Sub Variabel	Item Variabel	Pearson Correlation	Nilai r tabel	Ket.
Motivasi Fisik	A1	0.589	0.361	Valid
	A2	0.589	0.361	Valid
	A3	0.580	0.361	Valid
	A4	0.738	0.361	Valid
	A5	0.712	0.361	Valid
	A6	0.714	0.361	Valid
Motivasi Budaya	B1	0.912	0.361	Valid
	B2	0.854	0.361	Valid
	B3	0.829	0.361	Valid
	B4	0.853	0.361	Valid
	B5	0.830	0.361	Valid
	B6	0.862	0.361	Valid
	B7	0.599	0.361	Valid
	B8	0.532	0.361	Valid
Motivasi Sosial	C1	0.401	0.361	Valid
	C2	0.813	0.361	Valid
	C3	0.453	0.361	Valid
	C4	0.769	0.361	Valid
	C5	0.568	0.361	Valid
	C6	0.686	0.361	Valid
Motivasi Fantasi	D1	0.541	0.361	Valid
	D2	0.663	0.361	Valid
	D3	0.580	0.361	Valid
	D4	0.785	0.361	Valid
	D5	0.855	0.361	Valid
	D6	0.908	0.361	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 3, dapat dilihat bahwa sejauh mana hasil pengukuran instrument masing-masing pertanyaan dari variabel motivasi kuesioner tetap konsisten. Metode yang digunakan wisatawan memiliki nilai pearson correlation untuk mengukur reliabilitas instrument dalam yang lebih besar dari nilai r tabel yaitu 0.361. penelitian ini menggunakan Cronbach's Alpha. Keseluruhan item variabel dari motivasi Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka kuesioner wisatawan memiliki nilai pearson colerration di atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten, atas 0.361 yang menunjukkan bahwa keseluruhan sementara jika nilai Cronbach's Alpha < 0,60 item variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui (Sujarweni, 2014: 193). Dalam Tabel 4 berikut ditampilkan mengenai hasil uji reliabilitas terhadap 30 responden.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Sub Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Motivasi Fisik	0.667	Reliabel
Motivasi Budaya	0.899	Reliabel
Motivasi Sosial	0.617	Reliabel
Motivasi Fantasi	0.810	Reliabel

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 4 dapat dilihat bahwa budaya, motivasi sosial, dan motivasi fantasi masing-masing memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel.

bel instrument pada penelitian ini reliabel.

KMO and Bartlett's Test

Dalam analisis faktor, tahap pertama yang harus dilakukan adalah mencari korelasi matriks antara indikator-indikator yang diteliti. KMO atau Kaiser-Meyer-Olkin merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menguji kecukupan sampel dalam analisis faktor. Jika nilai Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO MSA) $\geq 0,50$ diindikasikan jumlah sampel

cukup memenuhi untuk digunakan dalam analisis faktor. Sedangkan Bartlett's Test of Sphericity (Sig.) digunakan untuk menunjukkan korelasi antara variabel secara menyeluruh atau keseluruhan. Jika nilai Bartlett's Test of Sphericity (Sig.) $< 0,05$ maka menunjukkan adanya korelasi antara variabel secara menyeluruh.

Hasil uji KMO and Bartlett's Test terhadap faktor motivasi wisatawan dapat dilihat dalam Tabel 5 berikut.

Tabel 5. KMO and Bartlett's Test

Faktor Motivasi	KMO MSA	Bartlett's Test of Sphericity		
		Approx. Chi-Square	Df	Sig.
Motivasi Fisik	.735	294.005	15	.000
Motivasi Budaya	.728	215.946	28	.000
Motivasi Sosial	.643	39.916	15	.000
Motivasi Fantasi	.746	327.617	15	.000

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 5 dapat dijelaskan bahwa menentukan variabel layak pakai dalam analisis nilai KMO dari masing-masing faktor motivasi faktor. Pada tabel Anti-image Matrices terdapat nilainya diatas 0,50. Nilai tersebut menunjukkan kode huruf (a) yang berarti tanda untuk Measure bahwa jumlah sampel dalam penelitian ini cukup of Sampling Adequacy (MSA). Nilai MSA dapat dan memenuhi untuk digunakan dalam analisis dilihat pada nilai Anti Image Correlation yang faktor. Hasil Bartlett's Test memiliki Sig. lebih kecil nilainya tertulis secara diagonal dan diberi tanda dari 0,05 yaitu 0.000. Hasil tersebut menjelaskan (a). Jika nilai MSA $\geq 0,50$ maka variabel tersebut bahwa terdapat hubungan antar variabel dan dapat dianalisis lebih lanjut, sedangkan apabila berkorelasi secara menyeluruh, sehingga analisis nilai MSA $< 0,50$ maka variabel tersebut tidak dapat dilanjutkan ke tahap selanjutnya. dapat dianalisis lebih lanjut.

Anti-image Matrices (MSA)

Anti-image Matrices (MSA) merupakan tabel yang berfungsi untuk mengetahui dan

Hasil Uji MSA pada indikator penyusun serta nilai MSA dari masing-masing indikator motivasi wisatawan dapat dilihat dalam Tabel 6 berikut.

Tabel 6. Uji MSA

Item	Nilai MSA ^(a)	Item	Nilai MSA ^(a)
A1	.758 ^a	B8	.760 ^a
A2	.787 ^a	C1	.532 ^a
A3	.736 ^a	C2	.680 ^a
A4	.536 ^a	C3	.703 ^a
A5	.634 ^a	C4	.633 ^a
A6	.754 ^a	C5	.625 ^a
B1	.691 ^a	C6	.632 ^a
B2	.716 ^a	D1	.720 ^a
B3	.735 ^a	D2	.689 ^a
B4	.830 ^a	D3	.844 ^a
B5	.695 ^a	D4	.707 ^a
B6	.660 ^a	D5	.782 ^a
B7	.844 ^a	D6	.760 ^a

(a) *Measure of Sampling Adequacy (MSA)*

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 6 dapat dilihat bahwa dianggap mampu menjelaskan faktor apabila seluruh indikator dari faktor motivasi wisatawan nilai extraction untuk semua variabel \geq dari 0,50. memiliki nilai MSA \geq 0,50. Hal ini menunjukkan Semakin besar nilai communalities maka semakin bahwa seluruh indikator motivasi wisatawan layak erat hubungannya dengan faktor yang terbentuk. dan dapat dianalisis ke tahapan selanjutnya.

Communalities

Nilai communalities menjelaskan bahwa pada dasarnya jumlah varian (bisa dalam persentase) suatu variabel mula-mula bisa dijelaskan oleh faktor yang ada (Priyanto, 2018: 207). Tabel communalities berfungsi untuk menunjukkan nilai variabel yang diteliti. Nilai dari suatu variabel

(1) Motivasi fisik atau fisiologis (physical or physiological motivation) merupakan motivasi yang berkaitan dengan keinginan seseorang untuk mengembalikan kondisi fisiologisnya dengan cara melakukan perjalanan wisata. Tabel 7 berikut dapat dilihat nilai communalities dari faktor motivasi fisik wisatawan.

Tabel 7. Communalities Faktor Motivasi Fisik

Item	Indikator	Extraction
A1	Terlepas dari tekanan fisik atau stress dalam keseharian	.885
A2	Beristirahat dan rileks	.872
A3	Terlepas dari rutinitas keseharian	.850
A4	Merasakan pengalaman aktivitas di luar ruangan seperti trekking	.626
A5	Berpartisipasi dalam aktivitas berisiko tinggi seperti rafting	.610
A6	Melakukan aktivitas dalam usaha pencarian kesehatan	.524

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa communalities menunjukkan item A2 memiliki keenam indikator penyusun faktor motivasi fisik wisatawan memiliki nilai communalities tertinggi sebesar 0,872. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 87,2% varian \geq 0,50 yang menunjukkan bahwa indikator-item A2 mampu menjelaskan mengenai faktor indikator tersebut mampu menjelaskan motivasi fisik wisatawan. Dimana item A2 yaitu faktor motivasi fisik wisatawan. Hasil output beristirahat dan rileks dapat merupakan motivasi

fisik yang mendominasi wisatawan mancanegara perjalanan wisata untuk melihat dan mengetahui untuk berkunjung ke Kelurahan Ubud. Hasil budaya, adat, tradisi, kesenian, penduduknya, serta analisis ini berkaitan dengan karakteristik tata cara hidup yang berbeda dengan negara lain. wisatawan mancanegara berdasarkan tujuan utama Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek dan aktivitas yang dilakukan ketika berkunjung peninggalan budaya seperti monumen bersejarah, ke Kelurahan Ubud. Tujuan utama wisatawan musik, arsitektur, peristiwa penting (peristiwa mancanegara yang didominasi untuk berwisata bertaraf nasional maupun internasional). Tabel 8 serta melakukan kegiatan yang dapat memenuhi berikut menjelaskan mengenai nilai communalities keinginannya untuk beristirahat dan rileks. dari masing-masing indikator motivasi budaya

(2) Motivasi budaya atau cultural motivation wisatawan.

merupakan keinginan seseorang dalam melakukan

Tabel 8. Communalities Faktor Motivasi Budaya

Item	Indikator	Extraction
B1	Mendapatkan pengalaman tentang budaya baru dan adat istiadat	.775
B2	Melihat kehidupan masyarakat dengan budaya yang berbeda	.727
B3	Meningkatkan pengetahuan terhadap suatu tempat yang baru	.713
B4	Mengunjungi situs warisan bersejarah dan budaya	.631
B5	Mempelajari mengenai sejarah dibalik suatu atraksi	.632
B6	Bertemu dengan masyarakat lokal	.804
B7	Ikut serta dalam festival seni dan budaya	.514
B8	Mencoba makanan lokal	.646

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat bahwa aktivitas yang dilakukan selama berada di seluruh indikator penyusun faktor motivasi Kelurahan Ubud yaitu visiting cultural and spiritual budaya wisatawan memiliki nilai communalities landmarks, learn traditional performances and $\geq 0,50$ yang menunjukkan bahwa indikator- craft dimana pada saat melakukan aktivitas wisata indikator tersebut mampu menjelaskan faktor ini wisatawan dapat bertemu langsung dengan motivasi budaya wisatawan. Hasil output masyarakat lokal dan melihat langsung budaya, communalities menunjukkan item B6 memiliki adat, serta tata cara hidup masyarakat.

nilai communalities tertinggi sebesar 0,804. Hal (3) Motivasi sosial atau social motivation or ini menunjukkan bahwa sebesar 80,4% varian interpersonal motivation merupakan keinginan item B6 mampu menjelaskan mengenai faktor seseorang untuk mengunjungi teman dan keluarga motivasi budaya wisatawan. Dimana item B6 yaitu (visiting friends and relatives), memperlambat bertemu dengan masyarakat lokal merupakan hubungan dengan keluarga maupun teman, pelarian motivasi budaya yang mendominasi wisatawan dari situasi yang membosankan dengan melakukan mancanegara untuk berkunjung ke Kelurahan kegiatan yang disukai dalam kunjungan ke suatu Ubud. Hasil analisis ini berkaitan dengan destinasi pariwisata. Tabel 9 berikut menjelaskan karakteristik wisatawan mancanegara berdasarkan mengenai nilai communalities dari masing-masing

indikator motivasi sosial wisatawan.

Tabel 9. Communalities Faktor Motivasi Sosial

Item	Indikator	Extraction
C1	Bersama dengan seseorang yang memiliki ketertarikan akan sesuatu yang sama	.914
C2	Mempererat hubungan dengan rekan	.524
C3	Mempererat hubungan dengan keluarga	.642
C4	Menjalin kontak dengan keluarga atau teman yang tinggal ditempat lain	.617
C5	Menghabiskan waktu bersama teman	.610
C6	Menghabiskan waktu bersama keluarga	.568

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 9 dapat dilihat bahwa yang paling banyak dilakukan oleh wisatawan seluruh indikator penyusun faktor motivasi sosial mancanegara adalah visiting cultural and spiritual wisatawan memiliki nilai communalities $\geq 0,50$ landmarks. Aktivitas yang dilakukan oleh yang menunjukkan bahwa indikator-indikator wisatawan mancanegara menunjukkan bahwa tersebut mampu menjelaskan faktor motivasi wisatawan berwisata ke Kelurahan Ubud bersama sosial wisatawan. Hasil output communalities dengan teman perjalanannya yang memiliki menunjukkan item C1 memiliki nilai ketertarikan akan sesuatu yang sama. communalities tertinggi sebesar 0,914. Hal ini (4) Motivasi fantasi atau fantasy motivation menunjukkan bahwa sebesar 91,4% varian item merupakan motivasi karena adanya fantasi bahwa C1 mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi berwisata di daerah lain dapat memberikan sosial wisatawan. Dimana item C1 yaitu bersama kepuasan psikologis ketika mengunjungi suatu dengan seseorang yang memiliki ketertarikan akan destinasi pariwisata, mendapatkan pengakuan sesuatu yang sama merupakan motivasi sosial ketika setelah berkunjung ke suatu destinasi yang mendominasi wisatawan mancanegara untuk pariwisata hingga meningkatkan status sosial. berkunjung ke Kelurahan Ubud. Hasil analisis Tabel 10 berikut menjelaskan mengenai nilai ini berkaitan dengan karakteristik wisatawan communalities dari masing-masing indikator mancanegara berdasarkan teman perjalanan dan motivasi fantasi wisatawan. aktivitas yang dilakukannya. Dimana aktivitas

Tabel 10. Communalities Faktor Motivasi Fantasi

Item	Indikator	Extraction
D1	Mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi sebelumnya	.805
D2	Mewujudkan perjalanan wisata impian	.856
D3	Meningkatkan status sosial	.682
D4	Mengunjungi destinasi yang akan mengesankan bagi teman dan keluarga	.822
D5	Diakui oleh orang lain	.796
D6	Memberitahu orang lain bahwa sudah pernah mengunjungi suatu destinasi	.841

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 10 dapat dilihat bahwa seluruh indikator penyusun faktor motivasi fantasi wisatawan memiliki nilai communalities $\geq 0,50$ yang menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut mampu menjelaskan faktor motivasi fantasi wisatawan. Hasil output communalities menunjukkan item D2 memiliki nilai communalities tertinggi sebesar 0,856. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 85,6% varian item D2 mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi fantasi wisatawan. Dimana item D2 yaitu mewujudkan perjalanan wisata impian merupakan motivasi fantasi yang mendominasi wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Kelurahan Ubud. Hasil analisis ini berkaitan dengan karakteristik wisatawan mancanegara berdasarkan tujuan utamanya berkunjung ke Kelurahan Ubud yang didominasi untuk berwisata. Selain itu wisatawan mendapatkan informasi mengenai Kelurahan Ubud melalui media sosial, dimana media sosial saat ini sudah menjadi teman bagi wisatawan, wisatawan dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi mengenai suatu destinasi pariwisata seperti informasi mengenai daya tarik, akomodasi, aksesibilitas dan fasilitas lainnya. Sehingga wisatawan dapat dengan mudah menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi serta dapat mewujudkan perjalanan wisata impiannya.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan

yang telah diuraikan pada penelitian ini terdiri dari 4 (empat) faktor motivasi wisatawan. Dari keempat faktor motivasi wisatawan yang diteliti masing-masing faktor memiliki motivasi utama atau motivasi dominan yang menjadi motivasi wisatawan untuk datang berkunjung ke Kelurahan Ubud, yaitu sebagai berikut.

(1) Faktor motivasi fisik (physical or physiological motivation) wisatawan mancanegara yang paling dominan adalah variabel A2 dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,872. Hal ini menunjukkan sebesar 87,2% varian variabel A2 yaitu beristirahat dan rileks mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi fisik yang mendominasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kelurahan Ubud.

(2) Faktor motivasi budaya (cultural motivation) wisatawan mancanegara yang paling dominan adalah variabel B6 dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,804. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 80,4% varian variabel B6 yaitu bertemu dengan masyarakat lokal mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi budaya yang mendominasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Kelurahan Ubud.

(3) Faktor motivasi sosial (social motivation or interpersonal motivation) wisatawan mancanegara yang paling dominan adalah variabel C1 dengan nilai communalities tertinggi sebesar 0,914. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 91,4% varian variabel C1 yaitu bersama dengan seseorang yang

memiliki ketertarikan akan sesuatu yang sama dalam mempererat hubungannya bersama rekan mampu menjelaskan mengenai faktor motivasi ketika mengunjungi Kelurahan Ubud. Hasil sosial yang mendominasi wisatawan mancanegara penelitian terhadap faktor motivasi fantasi berkunjung ke Kelurahan Ubud. menunjukkan bahwa nilai motivasi fantasi yang

(4) Faktor motivasi fantasi (fantasy paling rendah yaitu meningkatkan status sosial. motivation) wisatawan mancanegara yang paling Diharapkan agar dapat menjaga kenyamanan, dominan adalah variabel D2 dengan communalities kebersihan, dan keamanan di daya tarik wisata. tertinggi sebesar 0,856. Hal ini menunjukkan Serta memperbaiki sarana dan prasanana bahwa sebesar 85,6% varian item D2 yaitu penunjang pariwisata. Hal ini diperlukan mewujudkan perjalanan wisata impian mampu agar wisatawan merasakan pengalaman yang menjelaskan mengenai faktor motivasi fantasi mengesankan yang dapat meningkatkan status yang mendominasi wisatawan mancanegara untuk sosial setelah berkunjung ke Kelurahan Ubud. berkunjung ke Kelurahan Ubud.

Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, saran yang disampaikan berdasarkan faktor-faktor motivasi wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Kelurahan Ubud ini ditujukan kepada para stakeholder, pengelola pariwisata, serta masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata di Kelurahan Ubud. Hasil penelitian terhadap faktor motivasi fisik menunjukkan bahwa terdapat nilai motivasi fisik paling rendah yaitu melakukan aktivitas dalam usaha pencarian dan kesehatan. Maka dari itu, diharapkan agar dapat menambah aktivitas maupun kegiatan serta fasilitas penunjang terkait mengenai usaha dalam pencarian kesehatan bagi wisatawan yang berkunjung ke Kelurahan Ubud. Hasil penelitian terhadap faktor motivasi budaya menunjukkan bahwa nilai motivasi budaya yang paling rendah yaitu ikut serta dalam festival seni dan budaya. Diharapkan agar penyelenggaraan event turut melibatkan wisatawan untuk ikut terlibat dalam perayaan festival yang diadakan agar wisatawan dapat merasakan pengalaman yang mengesankan dan mempertimbangkan untuk datang kembali berkunjung ke Kelurahan Ubud. Hasil penelitian terhadap faktor motivasi sosial menunjukkan bahwa nilai motivasi sosial yang paling rendah yaitu mempererat hubungan dengan rekan. Maka dari itu, disarankan untuk bekerjasama dalam meningkatkan kualitas atraksi wisata dan daya tarik wisata serta peningkatan fasilitas-fasilitas pariwisata yang dapat digunakan oleh wisatawan

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2017. Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali 2017.
- Gunawan, Imam. 2016. Pengantar Statistika Inferensial. Jakarta: Grafindo Persada.
- Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gede dan Gayatri, P.G. 2005. Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Priyanto, Duwi. 2018. SPSS Panduan Mudah Olah Data bagi Mahasiswa dan Umum. Yogyakarta: Andi.
- Rencana Induk Kementerian Pariwisata Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tantowi, Akhmad., dkk, 2017. Neraca Satelit Pariwisata Nasional. Jakarta: Kementerian Pariwisata.