

# **Motivasi Wisatawan Berkunjung ke The Sila's Agrotourism di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan**

LEDI INUSUKA GINTING, I GDE PITANA, I MADE SARJANA

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Udayana  
Jalan P.B. Sudirman-Denpasar, 80232, Bali  
Email: ledinusuka@gmail.com  
igdepitana@gmail.com

## **Abstrak**

### **Tourist Motivation Visiting The Sila's Agrotourism in Candikuning Village, Baturiti Sub-District, Tabanan Regency**

The Sila's Agrotourism is one of the most popular agrotourism in Bali with a capital-based agrotourism model. The purpose of the study was to analyze the characteristics of tourists and the motivation of tourists visiting The Sila's Agrotourism. To achieve this goal, this research used descriptive analysis method. The number of samples was 100 people using accidental sampling method. The results of this study indicate that tourists visiting The Sila's Agrotourism have various characteristics, seen from the place of origin, gender, age, occupation, sources of information and how to visit. Tourists visiting The Sila's Agrotourism are generally dominated by domestic tourists. In addition, the biggest motivation of tourists visiting The Sila's Agrotourism is physical motivation (85.8%), followed by social motivation (83.75%), fantasy motivation (74.5%) and the last is cultural motivation (51%). The most dominant factor in physical motivation is to find a calm atmosphere and enjoy the cool natural atmosphere.

Keywords: *motivation, tourists, the sila's agrotourism*

## **1. Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang**

Pulau Bali merupakan destinasi wisata yang sangat populer di Indonesia dan mancanegara. Bali memiliki banyak daya tarik wisata baik wisata alam, budaya dan buatan manusia. Pariwisata Bali mempunyai kontribusi besar terhadap PDRB Bali, adapun kontribusi dari sektor pariwisata pada tahun 2013 adalah sebesar 21,53 %, tahun 2014 adalah sebesar 23,10 %, tahun 2015 adalah sebesar 22,89 %, tahun 2016 adalah sebesar 22,82 % dan pada tahun 2017 adalah sebesar 23,33 % (BPS Bali, 2017).

Agrowisata merupakan salah satu atraksi wisata yang sudah dikembangkan di Bali. Atraksi agrowisata di Bali semakin diminati di kalangan wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Pemandangan alam yang asri, kesuburan tanah, kebudayaan petani dan kebersihan lingkungan sekitar menjadi penunjang keberhasilan suatu agrowisata. Terdapat beberapa agrowisata yang sudah berkembang di Bali seperti Bagus Agro Pelaga, Bali Pulina, Bali Fruit Garden, Bali

Strawberry Farms & Restaurant , dan masih banyak lagi. Salah satu kabupaten yang memiliki berbagai kekayaan daya tarik wisata berupa kehidupan masyarakat agraris adalah Tabanan. The Sila's Agrotourism merupakan agrowisata yang sudah populer di kalangan wisatawan yang terletak di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan. Lokasi ini cocok untuk semua kalangan usia dan banyak dikunjungi oleh wisatawan karena tertarik dengan pemandangan yang indah dan banyak menyediakan wahana yang dapat menghibur wisatawan. Pemilihan The Sila's Agrotourism untuk tujuan wisata dipengaruhi oleh berbagai motivasi, karena motivasi merupakan faktor penggerak dari dalam diri manusia untuk melakukan sesuatu yang diinginkannya. Motivasi merupakan kekuatan yang terdapat dalam diri individu, yang menyebabkan individu tersebut bertindak atau berbuat. Selain motivasi wisatawan, dalam suatu daerah tujuan wisata dapat pula diidentifikasi karakteristik wisatawan yang berkunjung. Berdasarkan dari potensi dan kunjungan wisatawan terhadap agrowisata ini, maka diangkat dalam suatu penelitian tentang Motivasi Wisatawan Berkunjung ke The Sila's Agrotourism di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Bali.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimanakah karakteristik wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism ?
2. Bagaimanakah motivasi wisatawan mengunjungi The Sila's Agrotourism ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menganalisis karakteristik wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism
2. Mengetahui motivasi wisatawan mengunjungi The Sila's Agrotourism

## 2. Metode Penelitian

### 2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di The Sila's Agrotourism yang berada di Desa Candikuning, Kecamatan Baturiti, Kabupaten Tabanan, Bali. Waktu penelitian ada dalam periode bulan Maret sampai Mei 2019. Lokasi penelitian ini dipilih secara sengaja (*purposive*), dengan alasan The Sila's Agrotourism merupakan salah satu agrowisata yang sedang populer dan memiliki jumlah kunjungan wisata yang meningkat setiap tahunnya.

### 2.2 Jenis dan Sumber Data

Sugiyono (2015) mengatakan ada 2 jenis data yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif dalam penelitian ini adalah sejarah dari The Sila's Agrotourism, lokasi The Sila's Agrotourism, struktur organisasi, dan uraian tugas masing-masing bagian di The Sila's Agrotourism. Data kuantitatif dalam penelitian ini adalah jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner yang diperoleh dari pengunjung The Sila's Agrotourism yang didistribusikan dalam bentuk skor. Data primer ialah data yang mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti berkaitan dengan variabel, dalam penelitian ini data primer diperoleh dari hasil wawancara secara langsung dengan pemilik perusahaan dan juga melalui

jawaban melalui kuesioner dari wisatawan. Data sekunder adalah data yang mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari sumber pustaka seperti Badan Pusat Statistik (BPS) dan dokumentasi instansi terkait.

### 2.3 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Wawancara dengan kuesioner yang dilakukan dalam penelitian mengenai motivasi wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism. Pembagian dalam kuesioner dikonversi dalam bentuk skor, dengan skala 5.
2. Wawancara mendalam (*in-depth interview*), dapat dilakukan dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Sutopo 2006:72). Wawancara mendalam yang dilakukan mengenai sejarah dan motivasi wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism dengan pemilik The Sila's Agrotourism dan wisatawan yang sedang berkunjung.
3. Observasi digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh dari wawancara yaitu dengan adanya pengamatan pada obyek penelitian (Umar, 2000, dalam Kusumawathi, 2018). Observasi dalam penelitian ini ialah pengamatan langsung mengenai lokasi, atraksi wisata dan kegiatan wisatawan di The Sila's Agrotourism.
4. Dokumentasi dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen tertulis, gambar, foto atau benda-benda lainnya yang berkaitan dengan aspek-aspek yang diteliti, (Widodo, 2017). Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah sejarah, struktur organisasi, atraksi wisata dan jumlah kunjungan wisatawan ke The Sila's Agrotourism.

### 2.4 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini, adalah wisatawan yang sedang berkunjung ke The Sila's Agrotourism dan masih berada di lokasi penelitian dan jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 orang responden, dengan pertimbangan karena tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism sangat tinggi dan meningkat setiap tahunnya sehingga mudah untuk mendapatkan responden dan selain itu karena adanya keterbatasan waktu dan dana. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* merupakan pengambilan responden secara aksidental (*accidental*) dengan mengambil kasus atau responden yang kebetulan ada atau tersedia di suatu tempat sesuai dengan konteks penelitian dan mau diwawancarai/mengisi kuesioner, (Notoatmodjo, 2010).

### 2.5 Variabel dan Pengukuran Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono, 2017). Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah motivasi wisatawan berkunjung ke The Sila's Agrotourism. Motivasi wisatawan akan dilihat dari pernyataan-pernyataan pada kuesioner sesuai dengan teori McIntosh 1977, Murphy 1985 dan Sharpley 1994 (dalam Pitana dan Gayatri

2005:59). Ada 4 faktor yang digunakan pada penelitian ini adalah motivasi fisik (*physical motivation*), motivasi budaya (*cultural motivation*), motivasi sosial (*social motivation*), motivasi fantasi (*status and prestige motivation*) dan memiliki 19 parameter. Kategori tingkat motivasi wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism dapat dilihat pada Tabel.1.

Tabel.1

Kategori Motivasi Wisatawan dalam Berkunjung ke The Sila's Agrotourism

No.	Persentase (%)	Kategori
1.	20-36	Sangat rendah
2.	37-52	Rendah
3.	53-68	Cukup tinggi
4.	69-84	Tinggi
5.	85-100	Sangat tinggi

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang yang datang mengunjungi The Sila's Agrotourism. Adapun karakteristik responden akan dijelaskan berdasarkan asal daerah, jenis kelamin, usia, pekerjaan, sumber informasi, dan cara berkunjung ke The Sila's Agrotourism.

Tabel 2  
Perbedaan Karakteristik Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Nusantara

	Wisatawan Nusantara	Wisatawan Mancanegara
Asal Daerah	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 67 % lokal Bali</li> <li>• 33 % luar Bali</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% New Zealand</li> <li>• 30% Finland</li> <li>• 20% Germany</li> <li>• 20% negara lain</li> </ul>
Jenis Kelamin	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 46% laki-laki</li> <li>• 54% perempuan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% laki-laki</li> <li>• 50% perempuan</li> </ul>
Usia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 42% berusia 15-25 tahun</li> <li>• 38% berusia 26-35 tahun</li> <li>• 13% berusia 36-45 tahun</li> <li>• 6% berusia 46-55 tahun</li> <li>• 1% berusia <math>\geq 56</math> tahun</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% berusia 15-25 tahun</li> <li>• 70% berusia 26-35 tahun</li> </ul>
Pekerjaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 41% berprofesi pegawai swasta</li> <li>• 4% berprofesi Pegawai Negeri</li> <li>• 10% berprofesi Ibu Rumah Tangga</li> <li>• 32% berprofesi Pelajar</li> <li>• 13% berprofesi Wiraswasta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% berprofesi pegawai swasta</li> <li>• 10% berprofesi Pegawai Negeri</li> <li>• 10% berprofesi Ibu Rumah Tangga</li> <li>• 30% berprofesi Pelajar</li> </ul>
Sumber Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 47% bersumber informasi dari teman/saudara</li> <li>• 21% bersumber informasi dari media sosial</li> <li>• 22% bersumber informasi dari teman/saudara dan media sosial</li> <li>• 10% bersumber informasi dari brosur, surat kabar, agen perjalanan wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% bersumber informasi dari media social</li> </ul>
Cara Berkunjung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 48% berkunjung secara rombongan</li> <li>• 52% berkunjung secara individu</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% berkunjung secara individu</li> </ul>

Berdasarkan dari hasil analisis, ada beberapa perbedaan dari karakteristik wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara. Seperti halnya sumber informasi yang diperoleh oleh wisatawan. Wisatawan nusantara memiliki beberapa sumber informasi seperti teman/saudara, media sosial dan ada juga yang berasal dari agen perjalanan wisata. Sedangkan wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke

The Sila's Agrotourism hanya memperoleh informasi dari media sosial seperti Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa The Sila's Agrotourism sudah populer di kalangan wisatawan nusantara karena bisa memperoleh informasi dengan mudah dan bahkan lebih dari satu sumber informasi. Sedangkan wisatawan mancanegara hanya bersumber informasi pada media sosial, yang berarti keberadaan The Sila's Agrotourism belum begitu populer di kalangan mereka. Selain itu, perbedaan karakteristik antara wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara ialah cara berkunjung, sebanyak 52% berkunjung secara individu dan 48% berkunjung secara rombongan untuk wisatawan nusantara. Hal ini menunjukkan wisatawan nusantara lebih menyukai berwisata secara individu karena biasanya wisatawan yang berkunjung berasal dari kalangan milenial yang lebih menyukai berwisata secara individu.

### **3.2 Motivasi Wisatawan**

Motivasi wisatawan akan dilihat dari pernyataan-pernyataan pada kuesioner sesuai dengan teori McIntosh 1977, Murphy 1985 dan Sharpley 1994 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:59) *Physical motivation* yaitu motivasi fisik, *Cultural motivation* yaitu motivasi budaya, *Social motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial. *Status and prestige motivation* pada wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism. Keempat indikator tersebut ditentukan oleh parameter penyusun indikator yang dapat teramati, sehingga nilai skor ditentukan oleh komponen penyusun faktor tersebut.

#### **3.2.1 Motivasi fisik (*physical motivation*)**

*Physical motivation* adalah motivasi seseorang atau kelompok mengadakan perjalanan wisata untuk mengembalikan kondisi fisiknya (*recovery*). Kegiatan yang dilakukan berupa rekreasi, atau sekedar bersenang-senang. Berikut merupakan jumlah skor dari hasil penelitian tentang motivasi fisik wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism.

**Tabel 3**  
**Distribusi Frekuensi Motivasi Fisik Wisatawan dalam Berkunjung ke The Sila's Agrotourism Tahun 2019**

No	Parameter	ST	T	CT	R	SR	Jumlah Skor	Persentase (%)	Kategori
1.	Melakukan Rekreasi dengan menggunakan wahana yang ada di The Sila's Agrotourism	63	33	4	0	0	459	15,3 %	
2.	Melakukan kegiatan camping/kemah di camping ground	39	43	16	1	1	418	13,9 %	
3.	Berolahraga / Jogging di area Farm	24	28	39	4	5	362	12 %	
4.	Melakukan kegiatan trekking di kawasan hutan yang ada di The Sila's Agrotourism	44	39	14	1	2	425	14,1 %	
5.	Bermain simulasi peperangan dalam olahraga Paintball	49	34	13	3	1	428	14,2 %	
6.	Mencari suasana yang tenang dan menikmati suasana alam yang sejuk	85	13	1	1	0	482	16 %	
Total							2574	85,8 %	Sangat Tinggi

Berdasarkan Tabel 3 , menunjukkan dari 100 responden disimpulkan bahwa motivasi fisik wisatawan berkunjung ke The Silas Agrotourism sangat tinggi (85,8%). Hal ini juga menunjukkan bahwa, The Sila's Agrotourism mampu menyediakan dan memenuhi kebutuhan akan kepuasan fisik/fisiologis wisatawan, dengan parameter skor tertinggi mencari suasana yang tenang dan menikmati suasana alam yang sejuk (16%). Wisatawan mencari suasana alam yang dapat memberikan ketenangan dan yang tidak wisatawan temukan di tempat tinggal atau bahkan agrowisata lain.

### 3.2.2 Motivasi budaya (*cultural motivation*)

*Cultural motivation* yaitu motivasi yang erat hubungannya dengan keinginan pribadi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata agar dapat melihat dan mengetahui negara lain, penduduknya, tata cara hidupnya serta budaya, adat, tradisi, dan kesenian di daerah lain. Berikut merupakan jumlah skor dari hasil penelitian tentang motivasi budaya wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism.

Tabel 4.  
Distribusi Frekuensi Motivasi Budaya Wisatawan dalam Berkunjung ke The Sila's Agrotourism Tahun 2019

No	Parameter	ST	T	CT	R	SR	Jumlah Skor	Persentase (%)	Kategori
1.	Mempelajari adat budaya Bali melalui pertunjukan di The Sila's Agrotourism	8	14	26	28	24	263	17,5%	
2.	Melihat kesenian Bali yang sudah disediakan oleh pihak The Sila's Agrotourism	10	12	23	18	37	240	16%	
3.	Mengetahui tradisi yang terdapat di sekitar The Sila's Agrotourism	13	17	22	17	31	269	17,9%	
Total							772	51%	Rendah

Berdasarkan Tabel 4 , menunjukkan dari 100 responden disimpulkan bahwa motivasi budaya wisatawan berkunjung ke The Silas Agrotourism tergolong rendah (51%). Rendahnya motivasi budaya wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism menunjukkan bahwa wisatawan tidak terfokus atau bahkan tidak tertarik dengan budaya dan tradisi yang ada di sekitar The Sila's Agrotourism. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik The Sila's Agrotourism menyatakan bahwa memang pihak The Sila's Agrotourism tidak menyediakan pertunjukan budaya secara rutin atau terjadwal.

### 3.2.3 Motivasi sosial (*social motivation*)

*Social motivation / interpersonal motivation adalah* motivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata karena keinginan untuk mengunjungi keluarga/teman, mencari teman baru, dan mencari pengalaman baru pada lingkungan baru. Berikut merupakan hasil dari jawaban responden terkait dengan motivasi sosial wisatawan berkunjung ke The Silas Agrotourism.

Tabel 5  
Distribusi Frekuensi Motivasi Sosial Wisatawan dalam Berkunjung ke The Sila's Agrotourism Tahun 2019

No	Parameter	ST	T	CT	R	RS	Jumlah Skor	Persentase (%)	Kategori
1.	Mencari teman baru yang berasal dari luar daerah di The Sila's Agrotourism	38	37	23	1	1	410	20%	
2.	Melakukan pertemuan/meeting sesama rekan bisnis di The Sila's Agrotourism	24	56	14	3	3	395	19,7%	
3.	Mengadakan outbond sesama rekan bisnis di The Sila's Agrotourism	41	48	8	2	1	426	21%	
4.	Mendapatkan pengalaman baru	71	25	3	1	0	466	23%	
Total							1697	83,7%	Tinggi

Berdasarkan Tabel 5, menunjukkan dari 100 responden disimpulkan bahwa motivasi sosial wisatawan berkunjung ke The Silas Agrotourism tergolong tinggi (84%). Hal ini juga menunjukkan bahwa, The Sila's Agrotourism mampu menyediakan wisata dan memberikan lingkungan baru dan pengalaman baru, dengan parameter skor tertinggi mendapatkan pengalaman baru (23%). Wisatawan mencari pengalaman baru yang dapat dibagikan bersama teman atau keluarga dan juga membantu wisatawan untuk berkontak sosial dengan orang baru dan menambah relasi teman baru. Selain itu, adanya fasilitas yang disediakan The Sila's Agrotourism juga meningkatkan motivasi sosial wisatawan untuk berkunjung karena dapat dilihat dari perolehan skor yang tinggi. Seperti halnya kegiatan *outbond* yang dapat dilakukan wisatawan bersama sesama rekan kerja yang akan memberikan pengalaman baru bagi wisatawan.

#### 3.2.4 Motivasi fantasi (*status and prestige motivation*)

Motivasi fantasi adalah motivasi wisatawan yang bertujuan untuk menunjukkan siapa dirinya di hadapan orang lain, karena orang beranggapan bahwa orang yang pernah mengunjungi tempat lain dengan sendirinya merasa lebih dari orang yang tidak pernah bepergian di tempat tersebut. Kegiatan yang dilakukan diantaranya adalah penyaluran hobi dan pendidikan/penelitian. Berikut merupakan jumlah skor dari hasil penelitian tentang motivasi fantasi wisatawan dalam berkunjung ke The Sila's Agrotourism.

Tabel. 6  
Distribusi Frekuensi Motivasi Fantasi Wisatawan dalam Berkunjung ke The Sila's Agrotourism Tahun 2019

No	Parameter	ST	T	CT	R	SR	Jumlah Skor	Persentase (%)	Kategori
1.	Menyalurkan hobi dengan kegiatan bersepeda/cycling di jalur pedesaan	29	45	24	2	0	401	13,3%	
2.	Mengikuti kegiatan Botanical Journey yang disediakan pihak The Sila's Agrotourism	51	30	17	2	0	430	14,3%	
3.	Menjaga Gengsi agar Terlihat Mengikuti Perkembangan Jaman	5	13	37	15	30	247	8,2%	
4.	Menyalurkan hobi dengan menunggangi kuda	25	55	17	2	1	403	13,4%	
5.	Menyalurkan hobi dengan mengendarai ATV	35	45	20	0	0	415	13,8%	
6.	Melakukan kegiatan survey/penelitian tugas akhir di The Sila's Agrotourism	23	29	26	9	13	340	11,3%	
Total							2236	74,3%	Tinggi

Berdasarkan Tabel 6 , menunjukkan dari 100 responden disimpulkan bahwa motivasi fantasi wisatawan berkunjung ke The Silas Agrotourism tergolong tinggi (74,3%). Hal ini juga menunjukkan bahwa, The Sila's Agrotourism mampu menyediakan wisata dan wahana yang dapat dinikmati oleh semua kalangan wisatawan seperti penyaluran hobi dan pendidikan/penelitian. Adapun parameter skor tertinggi mengikuti kegiatan *Botanical Journey* (14,3%). Selain itu, adanya wahana dan fasilitas yang disediakan The Sila's Agrotourism juga meningkatkan motivasi fantasi wisatawan untuk berkunjung seperti halnya kegiatan *Botanical Journey* bagi pelajar yang akan memberikan pengetahuan dan pengalaman baru yang belum pelajar dapatkan di sekolah. Begitu juga dengan kegiatan penyaluran hobi yang belum tentu wisatawan dapatkan di agrowisata lain.

Berdasarkan hasil penelitian, motivasi wisatawan termasuk dalam kategori tinggi (76,6%). Hal ini menunjukkan bahwa The Sila's Agrotourism mampu menyediakan atraksi wisata yang menarik bagi wisatawan sehingga menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Adapun motivasi yang paling dominan ialah motivasi fisik (85,8%) dengan kategori sangat tinggi untuk melakukan perjalanan wisata ke The Sila's Agrotourism. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Patricia (2017) tentang Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Daerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara, menyimpulkan bahwa motivasi wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata atau melakukan perjalanan wisata yaitu adanya motivasi fisik, motivasi budaya, motivasi antarpribadi, motivasi status dan martabat. Dari hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa tanggapan responden terhadap motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, rekapitulasi dari ketiga indikator mempunyai nilai rata-rata 4,18 yang berarti motivasi yang bersifat fisik tinggi

memotivasi wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata Danau Toba Sumatera Utara.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan teori menurut McIntosh 1977, Murphy 1985 dan Sharpley 1994 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:59) yang menyatakan bahwa motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan pemicu dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini acapkali tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. Sehubungan dengan kebutuhan hidup manusia yang mendasari timbulnya motivasi, Maslow (dalam Pitana dan Gayatri, 2005:52) mengungkapkan bahwa kebutuhan manusia meliputi kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan aktualisasi diri. Salah satu upaya manusia dalam pemenuhan kebutuhannya yaitu dengan mengadakan perjalanan wisata. Analisis mengenai motivasi semakin penting kalau dikaitkan dengan agrowisata sebagai fenomena masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk secara asal mendapatkan suatu pengalaman yang baru tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan psikologis.

## **4. Kesimpulan dan Saran**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism berasal dari berbagai daerah dan negara dengan didominasi berasal dari Bali sebanyak 60%, adapun wisatawan yang berkunjung didominasi berjenis kelamin perempuan sebanyak 54%. Usia wisatawan yang mendominasi ialah berusia 15-25 tahun sebanyak 45%. Pekerjaan yang paling dominan yaitu sebagai swasta sebanyak 42%. Sumber informasi yang wisatawan terima didominasi bersumber dari teman/saudara sebanyak 54%. Cara berkunjung wisatawan didominasi secara individu yaitu sebanyak 57%.
2. Motivasi tertinggi wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism adalah motivasi fisik (85,8%) diikuti oleh motivasi sosial (83,75), motivasi fantasi (74,5%) dan yang terakhir motivasi budaya (51%). Berdasarkan motivasi fisik, ternyata indikator yang paling dominan ialah wisatawan ingin mencari suasana yang tenang dan menikmati suasana alam yang sejuk. Hal ini dikarenakan lokasi The Sila's Agrotourism menyediakan suasana alam yang sejuk, wahana maupun fasilitas yang dapat dinikmati oleh wisatawan sehingga dapat memenuhi kebutuhan akan kepuasan fisik/fisiologis.

### **4.2 Saran**

Berdasarkan hasil pembahasan dan kesimpulan yang didapatkan dari penelitian ini, dapat diajukan beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pihak The Sila's Agrotourism. Saran yang dapat disampaikan antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi tertinggi wisatawan yang berkunjung ke The Sila's Agrotourism adalah motivasi fisik. Hal ini menunjukkan bahwa The Sila's Agrotourism mampu memenuhi kebutuhan akan kepuasan fisik/fisiologis yang dibutuhkan oleh wisatawan, sehingga The Sila's Agrotourism perlu mempertahankan dan

- meningkatkan fasilitas yang menunjang kebutuhan akan kepuasan fisik wisatawan.
2. Pengelola The Sila's Agrotourism sebaiknya segera menyusun dan memperbaiki sistem administrasi yang ada di The Sila's Agrotoursim seperti jumlah kunjungan wisatawan yang dibedakan antara mancanegara dan nusantara sehingga mempermudah dalam melihat perkembangan kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara.
  3. Sebagai agrowisata yang memiliki lahan yang luas dan berada di dataran tinggi, cocok untuk ditanami sayuran dan buah-buahan. Peneliti menyarankan agar pengelola memanfaatkan lahan yang tersedia untuk *fresh product*, sehingga wisatawan bisa membeli buah dan sayuran segar dari The Sila's Agrotourism.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat rahmat-Nya telah melancarkan penelitian ini dan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu kepada pemilik dan karyawan The Sila's Agrotourism serta para wisatawan yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Ucapan terimakasih juga saya sampaikan kepada keluarga, teman-teman dan seluruh pihak yang ikut terlibat dalam penelitian ini. Semoga penelitian ini bermanfaat sesuai bidang ilmu yang bersangkutan.

## Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik Bali 2017. Ekonomi Perdagangan (Pariwisata). Tersedia dalam <http://bali.bps.go.id/dynamicatable/2017/03/20/76/distribusi-pdrb-provinsi-bali-menurut-lapangan-usaha-2010-2017-persen-.html> (diakses tanggal 28 November 2018)
- Kusumawathi, Ni Wayan Giana. 2018. Pengaruh Store Atmosphere, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Seniman Coffee Studio. Universitas Udayana
- Notoadmojo.2010. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta:Rineka Cipta
- Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.
- Sagala, Patricia L. 2017. Motivasi Wisatawan Berkunjung ke daerah Tujuan Wisata Danau Toba Sumatera Utara. Universitas Riau
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung:Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS
- Sekaran, Uma. 2011. *Research methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta : Salemba Empat
- Widodo. 2017. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada