**KAJIAN PERILAKU WISATAWAN EROPA *FIRST TIMER* DAN *REPEATER* DI KELURAHAN UBUD**

**I Gede Gian Saputra dan I Made Sukana**

**Program Studi S1 Destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana.**

**Email: gedegian88@gmail.com**

***ABSTRACT***

*European tourists who have a high interest in art and culture would be very appropriate for the tourism market of Ubud. Therefore, understanding the characteristics of European tourists is very important for the all stakeholders of Bali tourism, especially in relation to Ubud. This study aims to understand the meaning of behavior European first-timers and repeaters tourists who visited the village of Ubud.*

*Studies of first timer and repeater tourist will be able to give a response why the tourists visit Ubud and what do they do there. In this study, the methods of data collection using observation, depth interviews, survey, and library research. While the techniques of data analysis using descriptive qualitative data analysis. Results obtained in this study were five of the most popular tourist activities by European tourists either first timers or repeaters. European first timers tourists are still in the position of "interest" and European repeater tourists in the position of "adoption" to perform their behavior in the Ubud Village.*

*Key words: European first timers and repeaters, tourists behavior, the meaning of behavior*

**PENDAHULUAN**

Wisatawan merupakan kunci utama dalam pengelolaan pariwisata bersama-sama masyarakat lokal, *stakeholders* dan pemerintah. Karakter dan jenis wisatawan perlu dipahami untuk semakin meningkatkan kepuasan wisatawan sehingga akan mampu mewujudkan keberlanjutan suatu destinasi. Dalam komponen sistem pariwisata, wisatawan adalah komponen yang utama yang memegang peranan penting dalam perkembangan pariwisata dan keberlanjutan pariwisata. Tanpa wisatawan, pariwisata akan “macet” sehingga semua pengembangan yang berkaitan dengan dunia pariwisata tidak dapat berjalan lancar (Leiper, 1979).

Karakter dan motivasi wisatawan sebagai pembeli produk pariwisata selalu dinamis sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Saat ini telah terjadi perubahan *consumers-behaviour pattern* atau pola konsumsi dari para wisatawan. Mereka tidak lagi terfokus hanya ingin santai dan menikmati *sun-sea and sand,* melainkan pola konsumsi mereka mulai berubah ke jenis wisata yang lebih tinggi, yang meskipun tetap santai tetapi dengan selera yang lebih meningkat yakni menikmati produk atau kreasi budaya (*culture*) dan peninggalan sejarah (*heritage*) serta *nature* atau eko-wisata dari suatu daerah atau negara (Poon,1993).

Wisatawan Eropa yang cenderung memiliki minat seni budaya sangat tepat menjadi pangsa pasar bagi pariwisata Ubud. Untuk itu, memahami karakteristik wisatawan Eropa merupakan hal yang sangat esensi bagi para pelaku pariwisata Bali khususnya yang terkait dengan Ubud. Berdasarkan fakta tersebut, perlu dipahami keberadaan wisatawan Eropa dari perspektif perilaku sehingga destinasi pariwisata di Bali dapat menjadi semakin diminati. Perlu dipahami upaya memahami perilaku wisatawan tidak hanya diaplikasikan dalam melihat karakteristik wisatawan secara sempit. Melainkan kajian yang mendalam untuk membuka bagaimana sebenarnya perilaku wisatawan itu sehingga mampu membuat mereka mengambil keputusan berwisata dengan aktivitas yang dijalankannya. Saat ini kajian tentang perilaku wisatawan masih sangat umum dan luas di Ubud dan belum ada penelitian yang mengkaji secara khusus perilaku wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater*. Padahal wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater* memiliki perbedaan yang sangat jelas terlihat walaupun mereka sama – sama adalah wisatawan. Kajian wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater* akan dapat memberikan gambaran perbedaan dan tanggapan wisatawan terhadap destinasi pariwisata yang dikunjunginya. Dibalik perilaku wisatawan tersebut memiliki semacam makna yang perlu ditelusuri untuk dapat dipahami sehingga dapat menjadi digunakan sebagai salah satu acuan untuk pengelolaan destinasi wisata secara berkelanjutan.

**KEPUSTAKAAN**

**Proses Tejadinya Perilaku**

Perilaku merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh manusia. Sama halnya dengan wisatawan, mereka melakukan aktivitas kepariwisataan. Sebelum berperilaku, manusia (wisatawan) mengalami lima hal untuk mengetahui perilakunya sendiri, antara lain :

1)    *Awareness* (kesadaran), artinya wisatawan tersebut menyadari perilakunya.

2)    *Interest*, artinya wisatawan mulai tertarik terhadap hal-hal disekitarnya.

3)    *Evaluation*, artinya wisatawan mulai menimbang – nimbang baik dan tidaknya perilaku bagi dirinya.

4)    *Trial*, artinya wisatawan telah mulai mencoba perilaku baru.

5)    *Adoption*, artinya wisatawan telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya (Rogers, 1974 dalam Notoatmodjo, 2003).

**Teori Motivasi Wisatawan**

Motivasi wisatawan melakukan aktivitas kepariwisataan ada empat, diantaranya:

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi fisik)ialah motivasi yang bersifat fisik atau fisologis, beberapa contoh diantaranya: relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga dan bersantai.
2. *Cultural Motivation* (motivasi budaya)ialah motivasi untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain.
3. *Social or interpersonal motivation* (motivasi sosial)ialah motivasi yang bersifat pribadi, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui teman kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestice)*, melakukan ziarah, dan pelarian dari situasi yang menjenuhkan.
4. *Fantasy Motivation* (motivasi khayalan)ialah motivasi yang dikarenakan di daerah lain seseorang akan bisa bebas dari rutinitas keseharian yang menjenuhkan dan yang memberikan kepuasan psikologis bagi dirinya sendiri (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985; Pitana, 2005).

Dari uraian teori diatas secara sederhana motivasi wisatawan untuk berwisata timbul dari adanya dorongan emosional, yang melibatkan sosio-psikologis sebagai rasa ingin tahu untuk mendapat pengalaman baru dan sebuah pembelajaran dari apa yang mereka lihat selama mereka berada didaerah tujuan wisata. Apabila dilihat lebih mendalam, wisatawan melakukan kegiatan wisata tentunya memiliki berbagai alasan yang juga akan menentukan pilihan perilaku mereka. Dalam hal ini tidak hanya terdapat satu pilihan perilaku melainkan berbagai macam pilihan. Terkait dengan banyaknya pilihan perilaku wisatawan, dengan teori motivasi inilah yang akan mengarahkan pada permalasalahan dalam penelitian ini yaitu apa yang menjadi pilihan wisatawan dalam aktivitas wisatanya. Motivasi – motivasi tersebut yang akan dapat membuka makna dibalik aktivitas yang wisatawan lakukan.

**RUANG LINGKUP PENELITIAN**

Perilaku wisatawan yang dimaksud adalah segala aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan saat mengunjungi suatu tempat di Ubud yang berkaitan dengan kegiatan kepariwisataan. Perilaku ini bisa dilihat dari bagaimana wisatawan mengambil keputusan untuk memilih aktivitas wisata yang dijalankannya. Makna yang dimaksud adalah arti atau nilai dari perilaku yang dilakukan oleh wisatawan Eropa baik *first timer* atau *repeater*. Untuk aktivitas wisata diambil 5 aktivitas terunggul yang paling digemari wisatawan Eropa baik *first timer* maupun *repeater*. Untuk batasan lingkup wisatawan adalah wisatawan yang berasal dari benua Eropa. Sedangkan jenis wisatawan Eropa dibedakan kedalam dua jenis yaitu wisatawan Eropa yang baru pertama kali mengunjungi Ubud atau dikenal dengan istilah “*first timer*”. Jenis wisatawan yang kedua adalah wisatawan Eropa yang telah berulang–ulang kali mengunjungi Ubud sebagai destinasi pariwisata dan mereka dikenal dengan istilah “*repeater*”.Untuk lokasi penelitian berpusat di wilayah kelurahan Ubud.

**METODE PENELITIAN**

Data dalam penelitian ini adalah data kuantitaif yaitu data yang tidak berbentuk angka dan tidak dapat dihitung, hanya berupa uraian informasi (Moleong, 2004) dan data kualitatif yaitu data yang berbentuk angka dan dapat dihitung (Moleong, 2004). Untuk sumber datanya bersumber dari data primer yaitu data yang diperoleh pada saat peneliti turun ke lapangan dan mendapatkan informasi langsung mengenai permasalahan (Moleong, 2004) dan data sekunder yaitu data yang diperoleh dari studi pustaka buku – buku dan literatur – literatur yang berkaitan tentang permasalahan dalam penelitian (Moleong, 2004). Ada pun teknik pengumpulan data yang digunakan adalah 1. Observasi yaitu teknik mengumpulkan data dengan pengamatan secara langsung (Moleong, 2012), 2. Wawancara mendalam yaitu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara secara langsung kepada pihak-pihak terkait penelitian (Guba dan Lincoln, 1981), 3. Survei, metode survei menunjuk pada teknik kuisioner, yakni mengumpulkan data dengan mengajukan pertanyaan pada responden baik secara lisan maupun tertulis (Wardiyanta, 2010), dan 4. Studi kepustakaan, teknik ini adalah teknik pengumpulan data yang diambil dari buku-buku, jurnal, telaah penelitian terdahulu yang relevan dengan permasalahan (Wardiyanta, 2010). Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *total sampling* yaitu dengan mengambil seluruh anggota populasi sebagai responden atau sampel (Sugiyono, 2009).**.** Teknik penentuan informan dilakukan dengan *purposive sampling* yaitu penentuan informan berdasarkan tingkat pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki (Patton, 1980). Teknik analsisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif kualitatif dengan berupaya memberikan gambaran hasil temuan di lapangan dilanjutkan dengan tahapan interpretasi (Moleong, 2012).

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Perilaku Wisatawan Eropa di Ubud**

Motivasi dari masing – masing wisatawan Eropa baik *first timer* ataupun *repeater* sesuai dengan konsep – konsep yang dimilki oleh McIntosh, (1977) dan Murphy, (1985); Pitana, (2005) yaitu seseorang melakukan aktivitas kepariwisataan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar antara lain : *physical or physiological motivation, cultural motivation , social or interpersonal motivation, fantasy motivation*.

Wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater* sebenarnya hampir memiliki motivasi yang sama diantara keduanya. Namun, disini terdapat penekanan pada wisatawan Eropa *first timer* bahwa motivasi dari perjalanan mereka lebih kepada *physical, Social* dan *fantasy motivation*. Ini artinya wisatawan Eropa *first timer* yang mengunjungi Ubud masih didasarkan atas keinginan umum untuk mengetahui Ubud tersebut disamping memenuhi kebutuhan akan relaksasi dan peningkatan gengsi dengan berwisata. Melihat keadaan tersebut, berbeda dengan motivasi wisatawan Eropa *repeater* yang berkunjung ke Ubud, mereka lebih terdorong karena *cultural motivation*. Hal mendasar yang menguatkan pernyataan ini adalah Ubud sebagai destinasi pariwisata memang memiliki potensi seni budaya yang telah diakui dunia internasional. Sehingga banyak aktivitas yang bisa dijalankan oleh wisatawan untuk lebih mengenal budaya dan hal – hal baru yang tidak bisa mereka temui di Negara asalnya. Dari kalimat tersebut tentunya diketahui wisatawan melakukan hal baru bagi dirinya. Alasan yang melatar belakangi perilaku tersebut menurut wawancara masyarakat lokal Ubud Wayan mengatakan;

“ tamu – tamu banyak tinggal di Ubud dan bermasyarakat layaknya masyarakat Ubud sendiri, mereka bilang senang disini karena saya tanya, mereka disini merasa diperhatikan, setiap kemana ada yang menyapa, tidak seperti di Negara asalanya yang sangat tertutup”.

Pernyataan Wayan tersebut semakin meyakinkan dikarenakan memang Ubud sangat disukai wisatawan, itu terbukti wisatawan *repeater* yang banyak terdapat di Ubud khususnya dari Eropa. Perbedaan yang jelas terlihat antara wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater* apabila dikaitkan teori dari Roger tentang proses terjadinya perilaku adalah wisatawan Eropa *first timer* masih berada pada posisi *interest* dimana mereka baru melihat dan menyukai lingkungan daya tarik yang mereka kunjungi. Dibandingkan dengan wisatawan Eropa *repeater* di Ubud, wisatawan ini sudah pada posisi *adoption* karena mereka telah melakukan kunjungan ulang ke Ubud, mereka tentu mendapatkan perilaku baru yang sebelumnya mereka rasa penting dengan menimbang – nimbang terlebih dahulu.

**Tabel 1.**

**Perbedaan Perilaku Wisatawan Eropa *First timer* dan *Repeater***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **NNo** | **Perilaku Wisatawan** Eropa***First timer*** | **Perilaku Wisatawan** Eropa***Repeater*** |
| **11** | Mengunjungi daya tarik wisata *monkey forest* Ubud | Mengunjungi Museum di Ubud |
| **22** | Mengunjungi pasar tradisional Ubud | Trekking di areal persawahan Ubud |
| **33** | Berbelanja di sekitar kelurahan Ubud | *Spa* dan *Teraphy* |
| **44** | *Sightseeing* di sekitar kelurahan Ubud | Yoga |
| **55** | Trekking di areal persawahan Ubud | Bisnis |

*Sumber : Hasil Penelitian di Ubud, 2012*

Pada tabel 1. Menjelaskan bahwa wisatawan Eropa baik *first timer* ataupun *repeater* yang berkunjung ke Ubud memiliki karakteristik masing – masing. Dari karakteristik wisatawan tersebut akan mempengaruhi perilaku yang dilakukan wisatawan saat mereka mengunjungi suatu daya tarik wisata. Pada tabel berikut dapat dilihat perbedaan perilaku wisatawan baik wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater*. Berdasarkan teori yang dijelaskan pada penelitian Rogers, (1974) dalam Notoatmojo, (2003) bahwa sebelum orang (wisatawan) mengadopsi perilaku baru (berperilaku baru), didalam diri orang (wisatawan) tersebut terjadi proses yang berurutan,  seperti kesadaran yang artinya orang (wisatawan) tersebut menyadari dalam arti mengetahui stimulus (objek) terlebih dahulu. Wisatawan disini sebelumnya sadar tentang objek daya tarik yang dikunjungi. Kedua adalah *Interest*, yakni orang (wisatawan) mulai tertarik kepada stimulus. Khusus pada wisatawan *first timer* dimana baru pertama kali berkunjung, pada kunjungan awalnya mereka kemungkinan akan merasa penasaran terhadap lingkungan sekitar daya tarik wisata yang dikunjungi. Selanjutnya adalah *evaluation* (menimbang – nimbang baik dan tidaknya stimulus bagi dirinya).

Pada kasus di kelurahan Ubud dapat dicari contoh yaitu wisatawan yang melakukan trekking di persawahan. Terakhir adalah *Adoption* yaitu, subjek (wisatawan) telah berperilaku baru sesuai dengan pengetahuan, kesadaran, dan sikapnya terhadap stimulus. Ubud terkenal akan seni budayanya, hal tersebut mengakibatkan wisatawan berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal. Dengan interaksi inilah wisatawan mendapatkan dan melakukan perilaku baru bagi dirinya. Contoh nyata yang dapat dilihat di Ubud adalah banyaknya wisatawan yang mau belajar menari dan belajar gamelan tradisional Bali, seperti gambar 1.

Gambar 1. Aktivitas Wisatawan Eropa yang Belajar Gamelan tradisonal Bali di Ubud



Sumber : Hasil Penelitian di Ubud, 2012

Pada gambar 1. Terlihat wisatawan Eropa yang sedang berinteraksi dengan masyarakat lokal. Interaksi ini dapat membuat hubungan diantara wisatawan dan masyarakat lokal terus terjalin. Sehingga banyak dari wisatawan Eropa yang awalnya sebagai *first timer* di Ubud pada kesempatan berikutnya mereka menjadi wisatawan Eropa *repeater*. Interkasi itu adalah sebuah proses yang nantinya akan membawa dampak bagi Ubud sebagai destinasi pariwisata di Bali.

**PENUTUP**

Perbedaan yang jelas terlihat antara wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater* dilihat dari proses terjadinya perilaku adalah wisatawan Eropa *first timer* masih berada pada posisi *interest* dimana mereka baru melihat dan menyukai lingkungan daya tarik yang mereka kunjungi. Dibandingkan dengan wisatawan Eropa *repeater* di Ubud, wisatawan ini sudah pada posisi *adoption* karena mereka telah melakukan kunjungan ulang ke Ubud, mereka tentu mendapatkan perilaku baru yang sebelumnya mereka rasa penting dengan kesadaran dan menimbang – nimbang terlebih dahulu.

Dari hasil penelitian ini, telah diketahui perbedaan antara wisatawan Eropa *first timer* dan *repeater*, maka dari itu diharapkan bagi pemerintah agar memberikan kebijakan yang terarah sehingga mampu membuat kegiatan pariwisata di Ubud semakin lancar. Terutama saat ini adalah mengenai transportasi di Ubud yang kian banyak, sehingga ke depan Ubud tidak dilanda kemacetan lalu lintas seperti di kawasan pariwisata Kuta. Kepada masyarakat lokal Ubud dan pelaku pariwisata Ubud, diharapkan mampu menjaga tradisi budaya yang sejak dulu telah membawa nama Ubud sendiri ke dunia internasional.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ross, F Glenn. 1998. *Psikologi Pariwisata (asli :the psychology of Tourism. Melbourne. Hospitality Press).*Terjemahan oleh Marianti samosir.Yayasan Obor Indonesia.

Guba, EG.dan Lincoln, Y, *Effective Evaluation, Improving the Usefulness of Evaluation Results through Responsive and Naturalistic Approaches*. San Fransisco: Jossey-Bass, Inc, 1981.

Kantor Kelurahan Ubud. 2012. Gianyar. Profil kelurahan Ubud

Leiper, Neil. 1979. *The Framework of Tourism : Toward a destination of Tourism, Tourist and Tourism Industry.* Annals of Tourism Research. 6: 390-407*.*

Mardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta. ANDI

Maslow, A. H. (1965). *Eupsychian management*: *A journal*. Homewood, IL: Dorsey

Moleong, lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.

Moloeng, lexy J. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Rosda.

Murphy, P.E. 1985. *Tourism: A Community Approach*. New York and London: Routledge.

Notoatmodjo, S. 2003. *Pendidikan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta : Rineka Cipta

Patton, M. Q. 1980. *Qualitative Evaluation Methods*. Beverly Hills,CA : SAGE.

Pitana, I Gde.  2005. Sosiologi Pariwisata, Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem, dan dampak-dampak pariwisata. Yogyakarta: Andi Offset.

Poon, Aulina.1993, Tourism, Technology and Competitive strategies, CAB International, Wallingford.

Smith, C. and Jenner, P. 1997. *The Seniors Travel Market.*Travel and Tourism Analyst.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.