

## KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE PANTAI *GREEN BOWL*, UNGASAN, KUTA SELATAN, BALI

Elizabeth Kristina Jayadi<sup>1\*</sup>, Ni Putu Eka Mahadewi<sup>1</sup>, I GPB. Sasrawan Mananda<sup>1</sup>

1. Program Studi S1 Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Denpasar, Bali

\*E-mail : elizabeth.jyd@gmail.com

---

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Green Bowl. Pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara, menyebarkan kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Penentuan sampel untuk wisatawan menggunakan metode accidental sampling, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dijumpai oleh peneliti di lokasi penelitian. Sedangkan teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif, dimana hasil pengolahan tersebut akan diolah menggunakan skala likert.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Pantai Green Bowl dapat diidentifikasi berdasarkan asal daerah wisatawan yang didominasi oleh wisatawan mancanegara (61,8%), usia 20-30 (76,4%), perempuan (58,2%), karyawan (50,9%), 1.000.000 - 5.000.000 (29,1%), S1 (61,8%), informasi dari teman (61,8%), pertama kali (83,6%), transportasi motor (70,9%), berwisata lebih dari satu bulan (38,2%), homestay (36,4%). Untuk motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pantai Green Bowl dapat diketahui bahwa motivasi tertinggi wisatawan berkunjung ke Pantai Green Bowl motif karena keindahan pemandangan (76,36%) dan dengan motivasi terendah yaitu karena fasilitas yang baik (3,64%).

**Kata kunci :** karakteristik, motivasi, wisatawan, pantai *green bowl*.

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor andalan utama bagi Indonesia. Ini terbukti pariwisata telah memberikan kontribusi yang sangat besar sebagai penyumbang devisa Negara. Dewasa ini berbagai upaya sedang dan telah diupayakan oleh pemerintah bersama pihak swasta untuk mengembangkan, melestarikan pariwisata yang ada, serta terus menggali potensi yang ada untuk dikembangkan menjadi suatu daya tarik wisata. Pariwisata Indonesia apabila mampu dikemas dan dikelola dengan baik akan menjadi aset Negara Indonesia dimana dapat mampu bersaing secara internasional dengan pariwisata di Negara lain. Hingga saat ini pariwisata di Indonesia belum berjalan optimal, padahal aspek ini sangat berpengaruh terhadap peningkatan pendapatan masyarakat terutama pendapatan asli daerah. Indonesia sebagai negara yang memiliki kekayaan alam mempergunakan kekayaannya sebagai objek untuk mendatangkan devisa

melalui pariwisata alam. Dengan demikian diharapkan nantinya pariwisata akan dapat berkembang dengan baik dan membawa dampak yang baik pula. Dimana pada akhirnya diharapkan pariwisata dapat memberikan kesejahteraan baik secara ekonomi maupun secara tingkat taraf hidup masyarakat itu sendiri pada umumnya ataupun pelaku pariwisata pada khususnya.

Pariwisata di daerah Bali merupakan sektor paling maju dan berkembang, tetapi masih berpeluang untuk dikembangkan lebih modern lagi. Daerah ini memiliki obyek wisata yang beragam, baik wisata alam, wisata sejarah maupun wisata budaya. Hal ini ditandai dengan pertumbuhan pada sarana dan prasarana kepariwisataan yang ada seperti hotel, villa, resort, bungalow dan home stay yang terdapat di pulau Bali serta kedatangan wisatawan ke Pulau ini yang semakin meningkat setiap tahunnya.

Pada tahun 2011, kedatangan wisatawan nusantara sebanyak 5.675.121

wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Bali sebanyak 2.892.019 wisatawan. Pada tahun 2012, kedatangan wisatawan di Bali mengalami peningkatan sebanyak 6,2% dari tahun sebelumnya dengan jumlah total 8.431.700 wisatawan. Pada tahun 2013, kedatangan wisatawan di Bali mengalami peningkatan sebanyak 14,5% tahun sebelumnya dengan total wisatawan sebanyak 10.255.134 orang. Pada tahun 2014, kedatangan wisatawan di Bali mengalami sedikit penurunan sebanyak -0,9% dari tahun sebelumnya dengan jumlah total 10.159.098 wisatawan. Dan yang terakhir pada tahun 2015, kedatangan wisatawan di Bali kembali mengalami peningkatan yang sangat signifikan yaitu sebanyak 9,7% dari tahun sebelumnya dengan jumlah total sebanyak 11.148.935 wisatawan. Hal tersebut menunjukkan Bali sebagai barometer pembangunan di wilayah Indonesia bagian tengah mengalami kemajuan di sektor pariwisata yang sangat pesat.

Untuk kawasan pariwisata di pulau Bali yang menjadi favorit wisatawan domestik dan mancanegara adalah tempat wisata di Bali selatan. Bali Selatan sudah memiliki infrastruktur jalan yang sangat baik dibanding dengan daerah Bali di bagian lainnya seperti Bali Timur, Bali Barat dan Bali Utara yang bahkan masih tertinggal jauh. Sehingga dengan adanya infrastruktur jalan yang memadai, memudahkan mobilitas turis untuk berkunjung ke banyak objek wisata di daerah Bali Selatan. Hanya saja, karena Bali Selatan yang paling berkembang sangat pesat maka dikhawatirkan akan menimbulkan stagnasi. Pada fase kapasitas yang melampaui berbagai faktor sudah di atas daya dukung, maka dapat menimbulkan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Pemerintah selalu berinovasi agar Bali Selatan dapat tetap memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki, khususnya dengan mengharapkan *repeater guests* disamping memfokuskan pembangunan infrastruktur di daerah Bali bagian lainnya. Bali Selatan itu pun sendiri sudah memiliki objek-objek wisata andalan yang ditawarkan bagi para wisatawan dimana sebagian besarnya mempengaruhi citra atau image Pulau Bali. Dimana objek-objek wisata tersebut sudah mengalami stagnasi sehingga sebenarnya destinasi sebenarnya tidak menarik lagi bagi wisatawan. Pada tahapan ini, angka kunjungan tertinggi telah tercapai dan beberapa periode menunjukkan angka yang cenderung stagnan. Oleh karena itu, pemerintah harus bekerja keras untuk menggali berbagai objek wisata baik alam maupun buatan yang dapat menjadi potensi agar

tahap stagnasi tersebut tidak mengalami penurunan melainkan dapat mengalami peremajaan.

Bali Selatan masih memiliki banyak potensi destinasi alam yang masih tersembunyi. Salah satunya yaitu Pantai *Green Bowl*. Pantai ini disebut dengan nama *Green Bowl*, karena menurut penduduk sekitar, saat air laut surut, pantai ini tampak seperti cekungan berbentuk mangkuk yang berwarna hijau dari karang-karang yang ada di sekitarnya. Pantai *Green Bowl* ini tersembunyi di antara tebing dan pepohonan serta memiliki nuansa alam yang sangat indah dengan kontras warna laut yang begitu memukau serta pasir putihnya yang begitu menawan. Pantai ini masih tergolong sepi dibanding pantai-pantai di Bali Selatan lainnya. Karena hanya sekitar seratus wisatawan yang mengunjungi pantai ini di hari biasa dan sekitar dua ratus wisatawan pada hari akhir pekan, sehingga para wisatawan cukup tertarik datang ke sini. Karena hal-hal tersebut, pantai ini dapat dijadikan potensi sebagai peremajaan Bali Selatan disamping focus pemerintah dalam membangun daerah Bali lainnya.

Faktor motivasi merupakan salah satu unsur psikologi yang sangat penting. Karena motivasi wisatawan datang ke suatu kawasan wisata dapat dilihat melalui aktivitas yang dilakukannya. Sehingga dapat dijadikan acuan bagi pengelolaan pengembangan sarana dan prasarana di suatu lokasi. Untuk dapat menentukan dan menetapkan kebijakan dalam pengelolaan di masa yang akan datang maka, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui motivasi dan karakteristik dari wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl*, Ungasan, Kuta Selatan, Bali.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Konsep Daya Tarik Wisata

Banyak ahli mendefinisikan tentang objek dan daya tarik wisata, menurut Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata BAB I Pasal 1 Nomor 5 menyebutkan bahwa Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu

pembangunan obyek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata. Dalam undang-undang di atas, yang termasuk obyek dan daya tarik wisata terdiri dari :

1. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti : pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya.
3. Sasaran wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain.
4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Dengan demikian pariwisata meliputi Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

Suatu Daya Tarik Wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah :

1. *What to see*  
Di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “*entertainment*” bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.
2. *What to do*  
Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu.
3. *What to buy*  
Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.
4. *What to arrived*  
Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik

wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.

#### 5. *What to stay*

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

Dengan Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa objek dan daya tarik wisata adalah tempat atau wilayah yang memiliki daya tarik wisata adalah tempat atau wilayah yang memiliki daya tarik besar bagi kunjungan wisatawan. Daya tarik tersebut berwujud keadaan alam, flora dan fauna serta hasil ciptaan manusia. Selanjutnya, Yoeti dalam buku Pengantar Ilmu Pariwisata memberikan gambaran yang lebih operasional, batasan mengenai objek wisata. Disebutkan bahwa sesuatu sebagai objek itu tidak ada persiapan terlebih dahulu. Dengan perkataan lain, kita tidak ada persiapan yang dilakukan terlebih dahulu. Dengan perkataan lain, kita dapat melihatnya secara langsung, misalnya pemandangan gunung, sungai, danau, candi, bangunan, monumen, gereja, masjid, tugu peringatan dan lain-lain, walaupun harus membayar sekedar tanda masuk saja (Yoeti, 1996:181).

Berdasarkan penjelasan di atas, Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu, misalnya penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa Obyek dan Daya Tarik Wisata dalam penelitian ini adalah keindahan alam di Pantai Green Bowl serta keasrian alam yang masih terjaga.

#### **Konsep Wisatawan**

Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan juga adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (*visitor*) yang terdiri dari banyak orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan, termasuk didalamnya. Jadi tidak semua pengunjung adalah wisatawan. Untuk lebih detailnya adapun pengertian wisatawan antara lain yaitu yang menjelaskan bahwa wisatawan adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain

untuk mendapatkan sesuatu yang lain (Smith, dalam Kusumaningrum, 2009:16).

Menurut WTO (dalam Kusumaningrum, 2009:17) membagi wisatawan kedalam tiga bagian yaitu:

1. Pengunjung adalah setiap orang yang berhubungan ke suatu Negara lain dimana ia mempunyai tempat kediaman, dengan alasan melakukan pekerjaan yang diberikan oleh Negara yang dikunjungi.
2. Wisatawan adalah setiap orang yang bertempat tinggal di suatu Negara tanpa memandang kewarganegaraannya, berkunjung kesuatu tempat pada Negara yang sama untuk waktu lebih dari 24 jam yang tujuan perjalanannya dapat diklasifikasikan sebagai berikut:
  1. Memanfaatkan waktu luang untuk rekreasi, liburan, kesehatan, pendidikan, keagamaan dan olahraga.
  2. Bisnis atau mengunjungi keluarga.
3. Darmawisata atau *excursionist* adalah pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di Negara yang dikunjungi, termasuk orang yang berkeliling dengan kapal pesiar.

Berdasarkan Smith, & Stephen L.S. (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu:

1. *Domestic Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu negara yang mempunyai tempat di dalam negara yang bersangkutan.
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara *domestic tourism* dan *outbound tourism*
5. *International tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*.

Wisatawan nusantara menurut Biro Pusat Statistik adalah dimana wisatawan nusantara adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili , dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam atau menginap untuk maksud apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata,1985;17). World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan Wisatawan Nasional sebagai “orang – orang yang bertempat tinggal dalam satu Negara, terlepas dari kebangsaannya, yang melakukan

perjalanan kesatu tempat dalam Negara tersebut diluar tempat tinggalnya sekurang-kurangnya selama 24 jam/semalam, untuk tujuan apapun. Selain untuk mendapatkan penghasilan ditempat yang dikunjunginya”.

Foreign Tourist atau biasa disebut dengan wisatawan mancanegara adalah orang asing yang melakukan perjalanan wisata, yang datang memasuki suatu negara lain yang bukan merupakan Negara di mana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman (Karyono, 1997).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa wisatawan nusantara adalah wisatawan yang berkewarganegaraan Indonesia yang melakukan perjalanan ke daerah di bagian Indonesia lainnya dalam jangka waktu sekurang-kurangnya 24 jam dengan tujuan apapun selain mencari nafkah. Sedangkan wisatawan mancanegara adalah wisatawan yang berkewarganegaraan asing yang melakukan perjalanan keluar dari negaranya, yang salah satu contohnya yaitu melakukan perjalanan ke Indonesia.

### Konsep Karakteristik

Gambaran mengenai wisatawan biasanya dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanannya dan karakteristik wisatawannya (Seaton dan Bennet, 1996:31). Karakteristik wisatawannya (*tourist description*) lebih memfokuskan pada wisatawannya, biasanya digambarkan dengan “*who, wants, what, why, when, where and how much?*”.

Karakteristik sosio-demografis mencoba menjawab pertanyaan “*who wants what?*”. Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan dan pemasaran, karena sangat jelas definisinya dan relatif mudah pembagiannya (Kotler, 1996). Yang termasuk dalam karakteristik sosio-demografis diantaranya adalah jenis kelamin, umur, status perkawinan, tingkat pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, ukuran keluarga atau jumlah anggota keluarga dan lain-lain yang dielaborasi dari karakteristik tersebut. Karakteristik sosio-demografis juga berkaitan satu dengan yang lain secara tidak langsung. Misalnya tingkat pendidikan seseorang dengan pekerjaan dan tingkat pendapatannya, serta usia dengan status perkawinan dan ukuran keluarga. Pembagian wisatawan berdasarkan karakteristik sosio-demografis ini paling nyata kaitannya dengan pola berwisata mereka. Jenis kelamin maupun kelompok umur misalnya berkaitan dengan

pilihan jenis wisata yang dilakukan (Seaton & Bennet, 1996). Jenis pekerjaan seseorang maupun tipe keluarga akan berpengaruh pada waktu luang yang dimiliki orang tersebut, dan lebih lanjut pada kemampuannya berwisata. Selain karakteristik sosio-demografis, karakteristik lain yang biasa digunakan dalam mengelompokkan wisatawan adalah karakteristik geografis, psikografis dan tingkah laku (Smith, 1995).

Yang termasuk karakteristik psikografis yaitu wisatawan yang terbagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik personal wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda (Smith, 1989).

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa-kota, propinsi, maupun negara asalnya. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran (size) kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan), kepadatan penduduk di kota tersebut dan lain-lain. Yang termasuk karakteristik geografis yaitu wisatawan yang di bagi berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya di bedakan menjadi desa ataupun kota, provinsi, maupun negara asalnya (Suwena dan Ngurah, 2010:40).

Sementara itu karakteristik psikografis membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, life-style dan karakteristik personal. Wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda. Yang termasuk karakteristik psikografis yaitu wisatawan yang terbagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, gaya hidup dan karakteristik personal wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda (Smith, 1989).

Mathieson dan Geoffrey (1982) menyatakan bahwa karakteristik terdiri atas berbagai unsur yaitu :

1. Unsur sosial ekonomi yaitu umur, jenis kelamin, motivasi berwisata, pendapatan dan etnis.
2. Tingkat penggunaan dan pemanfaatan objek, yaitu dapat di lihat dari jumlah wisatawan yang berkunjung atau yang berada dalam suatu objek beserta penyebarannya dalam priode tertentu.
3. Lama tinggal wisatawan (long term movement of people) yang bertujuan untuk berwisata. Jelasnya bahwa pariwisata

menyangkut perpindahan, tetapi tidak semua perpindahan dalam pemukiman termasuk pariwisata.

4. Tujuan tinggal, yaitu waktu luang yang tersedia bagi seseorang dalam pekerjaannya yang akan di gunakan untuk tujuan berekreasi dan pengunjung sementara.

Kuat lemahnya interaksi wisatawan dapat diukur atau diketahui dengan melihat lama tinggalnya wisatawan. Semua unsur yang telah disebutkan di atas berpengaruh terhadap daya dukung wilayah.

### **Konsep Motivasi**

Analisis mengenai motivasi menjadi semakin penting apabila dikaitkan dengan pariwisata sebagaimana fenomena masyarakat modern. Fenomena tersebut adalah perilaku masyarakat yang dipengaruhi oleh berbagai motivasi dan berjalan secara kompleks. Sehubungan dengan perjalanan, motivasi terkait dengan jumlah kebutuhan yang menyebabkan seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata (Park & Yoon, 2009 via Farmaki, 2012 : 73).

Jenis-jenis motivasi menurut Crompton dkk (Bansal dan Einsel, 2004: 390):

1. Iklim (suasana atau lingkungan) adalah istilah yang luas, mulai dari cuaca hingga faktor kesehatan. Contohnya keinginan berwisata untuk pindah ke iklim kering dan hangat setidaknya untuk sementara waktu dan menghindari musim dingin. Sehingga turis yang datang dengan keinginannya untuk menikmati cahaya matahari menjadi salah satu faktor pendorong untuk melakukan perjalanan wisata. Kategori ini memuat apa yang disebut sebagai melarikan diri dari lingkungan yang membosankan untuk sementara waktu, yaitu tujuan yang secara fisik atau sosial berbeda dari lingkungan asal pengunjung. Hal tersebut adalah salah satu faktor pendorong yang menarik calon pengunjung untuk melakukan perjalanan wisata.
2. Relaksasi sesuai definisi adalah mengambil waktu untuk melakukan aktivitas- aktivitas yang disukai, termasuk kegiatan olah raga seperti bermain golf hingga menyelam. Kategori motivasi relaksasi termasuk motif untuk menghindari rutinitas sehari-hari yang menjenuhkan.
3. Petualangan adalah sesuatu yang baru. Petualangan adalah hasil dari melihat sesuatu secara langsung, bukannya pengalaman yang dilakukan oleh orang lain.

4. Alasan pribadi yang dijelaskan adalah seperti prestis atau bernostalgia dalam mengunjungi suatu untuk mengenang masa lalu guna meningkatkan kedekatan dalam bersosialisasi melalui kegiatan berwisata. Faktor kenyamanan dalam fasilitas dan prasarana menjadi salah satu pendukung motif tersebut.
5. Motif edukatif untuk melakukan perjalanan wisata seperti yang dijelaskan ialah termasuk mengunjungi situs-situs yang wajib dilihat. Kunjungan yang dilakukan akan menghasilkan pengalaman yang lengkap beserta informasi-informasi yang diperoleh dari tempat yang telah dikunjungi oleh wisatawan.

McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu sebagai berikut:

1. Physical or physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, 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 tinggalkan budaya (bangunan bersejarah).
3. Social motivation atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
4. Fantasy motivation (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Crompton (1979), Dann (1977), Mannell and Iso-Ahola (1987) dan Krippendorf (1987) dalam (Wall & Mathieson, 2006:46) berpendapat bahwa, motivasi dapat dikategorikan menjadi dua dimensi, pertama yaitu Faktor pendorong (*Push Factor*) dianggap sebagai motivasi sosio-psikologis yang mendorong orang untuk bepergian ke tujuan tertentu. Seperti kejenuhan lingkungan kerja (*escape*), kenyamanan (*relaxation*), kegembiraan (*play*), mempererat hubungan kekerabatan (*Strengthening family bonds*), gengsi atau gaya

hidup (*prestige*), social interaksi (*social interaction*), bertemu dengan orang-orang dan suasana romantic (*romance*), mempelajari orang, daerah dan kebudayaan lain (*educational opportunity*), keinginan menemukan diri sendiri (*self-fulfilment*), keinginan merealisasikan mimpi atau cita-cita (*wish-fulfilment*). Ryan (1991) dalam Pitana dan Gayatri (2005:67). Jakckson (1989) dalam Pitana dan Gayatri (2005 : 68). Faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Berdasarkan definisi para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa motivasi merupakan suatu dorongan yang berkaitan dengan fisiologis dan psikologis seseorang tanpa disadari mempengaruhi perilaku untuk melakukan suatu tindakan agar mencapai suatu tujuan tertentu.

## METODE

Penelitian di lakukan di Pantai Green Bowl yang terletak di Desa Ungasan, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi yaitu dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran dan data yang jelas tentang permasalahan yang diteliti di lokasi penelitian untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai objek yang akan diteliti yaitu di Pantai Green Bowl. Selain itu dengan mengadakan wawancara dengan bentuk tanya jawab langsung kepada pengelola daya tarik Pantai Green Bowl. Serta dengan peenyebaran 55 kuisioner kepada Wisatawan Nusantara dan Mancanegara. Dimana teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan accidental sampling atau biasa disebut dengan sampling aksidental untuk menentukan responden. Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan dijumpai dijumpai oleh peneliti di lokasi penelitian. Tidak lupa untuk melakukan dokumentasi, yaitu teknik pengumpulan data yang berupa arsip-arsip atau foto-foto yang terkait dengan aktifitas wisatawan yang melakukan aktivitas wisata bahari di Pantai Green Bowl. Dan yang terakhir dengan studi kepustakaan, yakni Yakni pengumpulan data dengan cara membaca, memahami, membahas isi buku, dan hasil-hasil laporan terdahulu yang terkait dengan masalah yang sedang di teliti.

Pembahasan tentang karakteristik dan motivasi wisatawan pada berbagai literature, termasuk yang dimuat dalam berbagai jurnal nasional maupun internasional membuktikan betapa pentingnya memahami karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung pada suatu destinasi. Adapun variabel yang digunakan untuk menentukan karakteristik wisatawan menurut Mathieson dan Geoffrey (1982) memiliki 3 variabel. Dimana variabel pertama adalah unsur sosial ekonomi dengan indikator Daerah Asal, umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan, tingkat pendidikan. Variabel kedua yaitu tingkat penggunaan dan pemanfaatan objek dengan indikator frekuensi berkunjung dan sumber informasi. Variabel ketiga yaitu lama tinggal (*long term movement of people*) dengan indikator periode wisatawan dalam kurun waktu tertentu untuk menetap di daerah wisata dan cara berkunjung.

Adapun variabel yang digunakan untuk menentukan motivasi wisatawan menurut Crompton (1979), Dann (1977), Mannell and Iso-Ahola (1987) dan Krippendorf (1987) dalam (Wall & Mathieson, 2006:46) sebagai faktor pendorong yaitu kejenuhan lingkungan kerja (*escape*), kenyamanan (*relaxation*), kegembiraan (*play*), mempererat hubungan kekerabatan (*strengthening family bonds*), gengsi atau gaya hidup (*prestige*), bertemu dengan orang-orang dan suasana romantis (*romance*), mempelajari orang, daerah dan kebudayaan lain (*educational opportunity*), *excitement and risk seeking*. Sedangkan sebagai faktor penarik motivasi wisatawan menurut Ryan (1991) dalam Pitana dan Gayatri (2005:67) yaitu lokasi, keindahan pemandangan, promosi, harga yang terjangkau, fasilitas yang baik.

Penelitian ini akan diolah dengan menggunakan skala likert dengan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif. Analisis deskriptif kuantitatif akan mendeskripsikan keadaan suatu gejala yang telah direkam melalui alat ukur kemudian diolah sesuai dengan fungsinya. Hasil pengolahan tersebut akan diolah menggunakan skala likert dimana selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka. Dimana pada setiap pertanyaan yang diajukan terdapat lima pilihan alternative jawaban yang memiliki bobot yang berbeda untuk pertanyaan yang bersifat positif.

## PEMBAHASAN

Sesuai dengan metode yang telah ditetapkan, yaitu deskriptif kuantitatif maka hasil penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut. Berdasarkan penyebaran 55 kuisioner dapat digambarkan wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan mancanegara dengan jumlah 34 orang dengan persentase 61,8%. Wisatawan mancanegara yang paling banyak mengunjungi Pantai *Green Bowl* adalah wisatawan mancanegara yang berasal dari Eropa, berjumlah 16 orang dengan persentase 29,1%. Dengan wisatawan Eropa yang berasal dari Belanda berjumlah 5 orang dengan persentase 9,1%, yang berasal dari Jerman 6 orang dengan persentase 10,9%, yang berasal dari Ukraina 1 orang dengan persentase 1,8%, dan wisatawan Eropa yang terakhir berasal dari Prancis dengan jumlah 4 orang dan dengan persentase 7,3%. Wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang berumur 30 – 40 tahun yang berjumlah 42 orang dengan persentase 76,4%. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 32 orang dengan persentase sebesar 58,2%. Wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang bekerja sebagai pelajar yaitu berjumlah 28 orang dengan persentase 50,9%. Wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang memiliki pendapatan sebanyak 1.000.000 – 5.000.000, berjumlah 16 orang dengan persentase 29,1%. Wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan S1 yang berjumlah 34 orang dengan persentase 61,8%. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang baru pertama kali mengunjungi Pantai *Green Bowl* dengan jumlah 46 orang dengan persentase sebesar 83,6%. Wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan motor dengan jumlah 39 orang dengan persentase sebesar 70,9%. Wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* didominasi oleh wisatawan yang menginap di *homestay* yang berjumlah 20 orang dengan persentase 36,4%.

Motivasi wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* adalah untuk melihat keindahan Pantai *Green Bowl*, dengan mempunyai skor tertinggi 42 responden pada skala sangat setuju dengan persentase 76,36%.

Selanjutnya di urutan kedua motivasi wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* yaitu untuk melepaskan penat dari kejenuhan lingkungan kerja dengan jumlah responden 29 orang pada skala sangat setuju dan dengan persentase 52,37%. Di urutan teratas yang ketiga, motivasi wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* adalah untuk melakukan relaksasi dari kesibukan sehari-hari dengan jumlah responden 28 orang pada skala sangat setuju dan dengan persentase 50,91%. Di urutan teratas yang keempat, motivasi wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* karena senang mengunjungi tempat yang baru yang merupakan tantangan tersendiri berjumlah 27 orang pada skala sangat setuju dan dengan persentase 49,09%. Di urutan kelima, terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* untuk melakukan aktivitas berenang di Pantai *Green Bowl*, dengan jumlah 20 orang pada skala sangat setuju dan dengan presentase 36,36%. Di urutan keenam, terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* dengan motivasi karena merupakan hal yang romantis bersama pasangan yang berjumlah 19 reponden pada skala sangat setuju dengan persentase 34,55%. Di urutan ketujuh terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* karena lokasinya yang mudah dicapai , dengan jumlah 27 orang pada skala sangat setuju dan dengan persentase 30,91%. Di urutan kedelapan, terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* untuk melakukan aktivitas berjemur dengan jumlah 20 orang pada skala sangat setuju dan dengan presentase 36,36%. Di urutan kesembilan, terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* dengan motivasi mempererat hubungan kekeluargaan yang berjumlah 15 orang pada skala sangat setuju dan dengan presentase 27,27%. Selanjutnya di urutan kesepuluh, wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* untuk melakukan aktivitas berselancar dengan jumlah 11 orang pada skala sangat setuju dan dengan presentase 20%. Di urutan berikutnya yaitu urutan kesebelas, terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* dengan motivasi karena harga tiket yang terjangkau berjumlah 9 orang pada skala sangat setuju dengan persentase 16,36%. Di urutan kedua belas, wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* yaitu dengan motivasi pendidikan yang berjumlah 8 orang pada skala sangat setuju dengan persentase 16,36%. Selanjutnya, wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* karena promosi Pantai *Green Bowl* berjumlah 7 orang pada skala sangat setuju dengan persentase 12,73%. Urutan

yang berikutnya, wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green Bowl* untuk menaikkan status sosial saya berjumlah 5 orang pada skala sangat setuju dengan persentase 9,09%. Di urutan terakhir terdapat wisatawan yang mengunjungi Pantai *Green bowl* karena fasilitas Pantai *Green bowl* yang baik berjumlah 2 0rang pada skala sangat baik dengan presentase 3,64%.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

1. Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl* dapat diidentifikasi berdasarkan asal daerah wisatawan yang didominasi oleh wisatawan mancanegara (61,8%), usia antara 20-30 (76,4%), berjenis kelamin perempuan (58,2%), pekerjaan sebagai karyawan (50,9%), pendapatan 1.000.000 - 5.000.000 (29,1%), pendidikan S1 (61,8%), Sumber informasi dari teman (61,8%), Frekuensi kunjungan pertama kali (83,6%), penggunaan transportasi motor (70,9%), periode berwisata lebih dari satu bulan (38,2%), tempat penginapan homestay (36,4%).
2. Motivasi wisatawan yang berkunjung ke Pantai *Green Bowl* meliputi 2 faktor yaitu faktor pendorong dan penarik. Faktor pendorong meliputi 8 motif dimana motif kejenuhan lingkungan kerja atau *escape* berjumlah 29 orang pada skala sangat setuju (52,73%), motif kenyamanan atau *relaxation* berjumlah 28 orang pada skala sangat setuju (50,91%), motif kegembiraan atau *play* dibagi menjadi 3 kegiatan dimana untuk berenang berjumlah 20 orang pada skala sangat setuju (36,36%), berselancar berjumlah 11 orang orang pada skala sangat setuju (20%), berjemur berjumlah 16 orang (29,09%), motif mempererat hubungan kekerabatan atau *strengthening family bonds* berjumlah 15 orang pada skala sangat setuju (27,27%), motif gengsi atau *prestige* berjumlah 5 orang pada skala sangat setuju (9,09%), motif bertemu dengan orang-orang dan suasana romantic atau *romance* berjumlah 19 orang pada skala sangat setuju (34,55%), motif pendidikan atau *educational opportunity* berjumlah 8 orang pada skala sangat setuju (14,55%), motif *excitement and risk seeking* berjumlah 27 orang pada skala sangat setuju (49,09%). Sedangkan faktor penarik meliputi 5 motif dimana motif karena lokasi berjumlah 17 orang pada skala sangat setuju (30,91%), motif



karena keindahan pemandangan berjumlah 42 orang pada skala sangat setuju (76,36%), motif karena promosi Pantai Green Bowl berjumlah 7 orang pada skala sangat setuju (12,73%), motif karena harga yang terjangkau berjumlah 9 orang pada skala sangat setuju (16,36%), motif karena fasilitas yang baik berjumlah 2 orang pada skala sangat setuju (3,64%).

#### Saran

Pantai *Green Bowl* sangatlah memiliki pemandangan alam yang begitu indah. Hal tersebut dapat dilihat dari persentase motif keindahan alam yang memiliki persentase tertinggi dibanding dengan motif lainnya. Sehingga, banyak pihak yang harus berperan dalam menjaga kebersihan pantai baik masyarakat local ataupun wisatawan. Sehingga kedepannya pantai *Green Bowl* sebagai objek wisata yang terletak di Kuta Selatan akan tetap menjadi pilihan bagi wisatawan yang menyenangi kesunyian.

Dengan persentase fasilitas yang terendah dibanding dengan persentase motif lainnya, maka diperlukan pembangunan fasilitas yang memadai di Pantai *Green Bowl*. Sudah terdapat fasilitas kamar mandi dan rumah makan. Hanya saja fasilitas tersebut hanya dapat dijumpai sebelum kita menuruni anak tangga untuk mencapai Pantai *Green Bowl*. Karena hal tersebut, wisatawan yang ingin membeli makan atau minum serta ingin menggunakan toilet harus menaiki anak tangga yang kurang lebih berjumlah 328 anak tangga untuk kembali ke atas. Tentu hal tersebut sangat tidak mengenakan wisatawan. Akan lebih baik jika dapat dibangun fasilitas berupa rumah makan dan kamar mandi saat hampir mendekati anak tangga terakhir yang menuju ke pantai tersebut. Sehingga, wisatawan yang ingin ke rumah makan atau toilet tidak perlu menaikkinkan sekitar 328 anak tangga. Tetapi perlu diingat, bahwa dengan pembangunan fasilitas-fasilitas tersebut harus dengan syarat tanpa merusak keasrian dan kesunyian suasana Pantai *Green Bowl*. Oleh karena itu, maka diperlukan adanya campur tangan pengelola *Green Bowl* itu sendiri untuk pembangunan fasilitas-fasilitas tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. Undang-Undang Republik Indonesia, No. 10 Tahun 2009, Kepariwisataaan.  
\_\_\_\_\_. Undang-Undang Republik Indonesia, No. 09 Tahun 1990, Kepariwisataaan.  
\_\_\_\_\_. Tingkat Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Bali. Diakses pada tanggal 16 April 2017. Pukul 20.00 WITA. [www.disparda.baligrov.go.id](http://www.disparda.baligrov.go.id).  
\_\_\_\_\_. Tingkat Kunjungan Wisatawan Nusantara ke Bali. Diakses pada tanggal 16 April 2017. Pukul 16.17 WITA. <https://bali.bps.go.id>.  
Maryani. 1991. Pengantar Geografi Pariwisata, Bandung.  
Yoeti, O.A, 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata, Bandung: Angkasa.  
Smith, Stephen L.S. 1998. *Tourism Analysis: A Handbook*, Harlow. England: Longman Group.  
Biro Pusat Statistik. 1985. Pengantar pariwisata Indonesia. Jakarta: Direktorat Jenderal Pariwisata.  
Wall, G. & Mathieson, A. 2006. *Tourism: Change, Impacts and Opportunities*. New York: Pearson Prentice Hall.  
Pitana, I Gede dan Putu Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Yogyakarta: Andi.