

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI WISATAWAN NUSANTARA BERKUNJUNG KE PANTAI PASUT, TABANAN

Aneisyah Audeslina Hadi¹, I Putu Sudana², IGPB. Sasrawan Mananda³

Email: aneisyah18@student.unud.ac.id, sudanaputu@yahoo.com², gusmananda@yahoo.com³

^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract: This research focuses on the factors that influence the motivation of tourists to visit Pasut Beach, a popular tourist attraction in Tabanan Regency that gained attention on social media in 2018. The study involved 130 domestic tourists who had previously visited Pasut Beach. Data was collected through observation, questionnaires, interviews, literature review, and documentation. Factor analysis was conducted using SPSS for Windows Version 25 to analyze the data. The findings revealed that the majority of respondents were female, aged between 17 and 25 years old, unmarried, had a high school diploma or equivalent education, and were students from East Java. Most tourists spent less than IDR 100,000 during their visit. Common tourist activities included taking selfies, using motorized vehicles, and obtaining information through social media platforms. Six motivating factors for visiting Pasut Beach were identified: self-fulfillment, relationship, escape from routinity and relaxation, romance moment, family bonds, and prestige. Additionally, three attracting factors for visitors were identified: product and facilities, information about the destination, and natural scenery. The study concluded that “self-fulfillment” was the most influential factor motivating domestic tourists to visit Pasut Beach, while the availability of diverse “product and facilities” was the dominant factor attracting them.

Abstrak: Wisatawan Pantai Pasut mulai mengalami peningkatan sejak ramai di media sosial sejak 2018, khususnya wisatawan nusantara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan. Sampel dari penelitian ini yaitu 130 wisatawan nusantara yang pernah berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, serta dokumentasi. Teknik analisis data dengan analisis faktor menggunakan program *SPSS for Windows Version 25*. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh wisatawan dari Jawa Timur, perempuan, berusia 17 Tahun-25 Tahun, belum menikah, pendidikan SMA/SMK/Sederajat, berstatus pelajar, biaya pengeluaran <Rp 100.000, dengan aktivitas wisata berswafoto, menggunakan kendaraan bermotor, dan mendapat informasi melalui sosial media. Hasil analisis faktor, terdapat enam faktor yang mendorong pengunjung yaitu (1) *Self fulfillment*, (2) *Relationship*, (3) *Escape from Routinity and Relax*, (4) *Romance moment*, (5) *Family Bonds*, (6) *Prestige*. Sedangkan, tiga faktor penarik pengunjung yakni (1) *Product and Facilities*, (2) *Information about Destination*, (3) *Natural Scenery*. Faktor yang paling dominan dalam mendorong motivasi wisatawan nusantara untuk mengunjungi Pantai Pasut adalah Faktor “*Self Fulfillment*”. Sedangkan, faktor dominan dalam menarik motivasi wisatawan nusantara untuk mengunjungi Pantai Pasut adalah Faktor “*Product and Facilities*”

Keywords: domestic tourist, tourist motivation, pasut beach attraction.

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah sistem kompleks yang melibatkan berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial, dan budaya. Sebagai salah satu sumber devisa negara yang potensial, pengembangan sektor pariwisata di Indonesia memiliki peran penting dalam membangun perekonomian negara. Wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, melakukan perjalanan dengan motivasi yang bervariasi, seperti mencari hiburan, menambah pengetahuan, atau memenuhi rasa ingin tahu. Perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor pendorong dan faktor penarik, baik internal maupun eksternal, yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata Bali menjadi destinasi wisata terkenal yang menarik wisatawan dari berbagai penjuru dunia, termasuk wisatawan nusantara dengan keindahan alam yang beragam. Wisatawan nusantara, sebagai segmen penting dalam pasar pariwisata, juga memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan sektor pariwisata di Bali. Pulau ini menawarkan beragam daya tarik wisata, termasuk wisata sejarah, budaya, dan alam. Salah satu kabupaten yang memiliki keindahan alam yang menakjubkan adalah Kabupaten Tabanan. Dengan ekosistem yang beragam seperti pegunungan, danau, air terjun, terasering dan pesisir laut, Kabupaten Tabanan telah mengembangkan sektor pariwisata yang berpotensi di Bali.

Kabupaten Tabanan di Bali menawarkan keindahan alam yang meliputi pegunungan dan pantai-pantai seperti Kebun Raya Bedugul, Tanah Lot, dan Jatiluwih. Salah satu pantai yang cukup populer saat ini oleh kalangan wisatawan nusantara adalah Pantai Pasut. Pantai Pasut dengan keunikan pantai pasir hitam dan pemandangan taman pohon kelapa, menarik minat wisatawan karena suasana yang tenang dan pemandangan sunset yang eksotis.

Pantai Pasut, pantai pasir hitam yang indah di Kabupaten Tabanan, menjadi tujuan utama bagi wisatawan Nusantara dan pengunjung lokal. Terletak di Jalan Raya Pasut, Tibubiu, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, pantai ini menawarkan keaslian yang terjaga dan suasana tenang yang sempurna untuk melarikan diri dari kehidupan perkotaan. Pemandangan matahari terbenam yang eksotis menjadi daya tarik utama Pantai

Pasut, memberikan pengalaman istimewa bagi para wisatawan.

Meskipun fasilitas yang tersedia di Pantai Pasut masih terbatas, Namun kontribusi masyarakat dalam meningkatkan kunjungan wisatawan pun cukup tinggi dan hal ini tidak mengurangi minat wisatawan Nusantara untuk berkunjung. Meski beroperasi 24 jam setiap hari, pantai ini tetap mempertahankan keasliannya yang masih terjaga dengan baik.

Wisatawan Nusantara lebih suka bepergian sendiri karena menganggap biro perjalanan wisata mahal. Mereka lebih menyukai obyek wisata alam dan atraksi modern. Internet mempengaruhi pilihan mereka dan memainkan peran penting dalam popularitas Pantai Pasut. Banyak akun Instagram, seperti *@bali.scenery* dan *@dolankemari*, membagikan foto-foto indah Pantai Pasut, menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Pantai Pasut direkomendasikan sebagai tempat foto prewedding dan tempat untuk bersantai dari kehidupan perkotaan dengan aktivitas seperti memancing dan bersepeda. Menurut ulasan *Google* dengan rating 4.5 *Excellent* dari 896 ulasan, Pantai Pasut memiliki pasir hitam, pohon kelapa, pemandangan sunset yang indah, dan suasana yang tenang. Beberapa ulasan juga menyebutkan kekurangan fasilitas dan keberadaan sampah di sekitar pantai.

Berdasarkan cukup populernya Pantai Pasut saat ini di media sosial khususnya di kalangan Wisatawan Nusantara. Maka penting untuk dilakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan nusantara mengunjungi daya tarik wisata Pantai Pasut.

METODE

Penelitian ini dilakukan di Pantai Pasut yang terletak di Jl. Raya Pantai Pasut, Desa Tibubiu, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan, Bali. Pantai ini menjadi populer di media sosial terutama di kalangan wisatawan Nusantara karena memiliki spot foto yang menarik. Selain itu, wisatawan juga bisa menikmati pemandangan sunset yang indah dan ketenangan alam di Pantai Pasut. Penelitian ini menggunakan variabel karaktersitik wisatawan dan motivasi wisatawan yang dibagi menjadi dua sub variabel yaitu faktor pendorong yang terdiri

dari: *escape, relaxation, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, self fulfillment, wishfulfillment* (Rian, 1991 dalam Pitana, 1995) dan *novelty seeking* (Raktida Siri, Lisa Kennon, Bharath Josiam dan Daniel Spears, 2012). Adapun faktor penarik terdiri dari: *static factor, dynamic factor, current factor, information* (Awaritefe, 2004).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan meliputi data kualitatif dan kuantitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel diambil secara *purposive sampling* dengan total jumlah 130 responden wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan. Teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif terbagi menjadi uji instrumen yakni uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis data yang dilakukan dengan analisis faktor (*principal component analysis*) yang dibantu dengan perangkat lunak SPSS Versi 25 *for windows*. Tahapan dalam analisis faktor yaitu: uji kelayakan faktor yang terdiri dari uji KMO, *Bartlett's test, Uji Measure of Sampling Adequacy (MSA)*, menentukan jumlah faktor, rotasi faktor serta interpretasi faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Pasut di Tabanan, Bali, sedang populer di kalangan wisatawan nusantara. Terletak di Desa Tibubiu, Banjar Pasut, pantai ini mulai aktif digunakan oleh masyarakat sekitar sejak 2002, tetapi popularitasnya meningkat pada tahun 2018 hingga saat ini. Sebelumnya, pantai ini hanya dimanfaatkan untuk kegiatan sehari-hari oleh masyarakat sekitar, seperti memancing dan rekreasi. Mayoritas penduduk di Banjar Pasut adalah nelayan dan petani.

Pantai Pasut masih dikelola oleh Banjar Dinas Pasut setempat dan belum memiliki Surat Keputusan (SK) sebagai Daya Tarik Wisata. Hal ini disebabkan karena Desa Tibubiu juga belum memiliki SK sebagai Desa Wisata. Saat ini, Desa Tibubiu sedang merencanakan program pokdarwis untuk mendapatkan SK Desa Wisata dari Dinas Pariwisata Kota Tabanan. Dengan adanya SK Desa Wisata, diharapkan Pantai Pasut dapat

lebih terorganisir dan terkelola dengan baik sebagai destinasi wisata yang menarik. Nama "Pasut" diambil dari wilayah Banjar Pasut, Desa Tibubiu, yang menjadi alasan pantai ini disebut Pantai Pasut. (Hasil Wawancara, 2022)

Karakteristik Wisatawan Nusantara

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan, didapatkan hasil bahwa ditinjau berdasarkan jenis kelamin, didominasi oleh wisatawan nusantara perempuan dengan jumlah 77 orang (59,2%). Hasil ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tanjung, dkk (2022) bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi wisatawan yang berkunjung ke Devoyage Bogor (59%). Karakteristik wisatawan nusantara ke Pantai Pasut didominasi oleh wisatawan berusia 17-25 Tahun sebanyak 112 orang dengan persentase 86,2%. Hasil ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2021) bahwa wisatawan *milenial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berusia 18-21 Tahun dengan persentase 49,5%.

Berdasarkan status dari pernikahan bahwa hampir seluruh wisatawan nusantara yang berkunjung Daya Tarik Wisata Pantai Pasut merupakan wisatawan yang belum menikah sebanyak 111 orang dengan persentase 85,4%. Hal ini dikarenakan karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut ditinjau berdasarkan pekerjaan, sebagian besar masih pelajar/mahasiswa sebanyak 89 orang dengan persentase 68,5%. Hasil ini didukung dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2022) wisatawan *milenial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang memiliki status belum menikah dengan persentase 83,5%. Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikannya karakteristik wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut menunjukkan hasil bahwa sebagian besar memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK/Sederajat sebanyak 82 orang dengan persentase 63,1%. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Diasputri (2022) bahwa tingkat pendidikan wisatawan nusantara berkunjung ke Bali pada masa pandemi didominasi SMA dan Sarjana. Ditinjau berdasarkan pengeluaran selama berkunjung ke Pantai Pasut bahwa sebagian wisatawan

nusantara memiliki pengeluaran yang berkisar antara kurang dari Rp 100.000 sebanyak 88 orang dengan persentase 67,7%. Hasil ini sedikit berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2022) yang menunjukkan bahwa wisatawan *milenial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan, didominasi oleh wisatawan dengan pengeluaran sebesar Rp 110.000 hingga Rp. 200.000 dengan persentase 33%. Karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut jika ditinjau berdasarkan jenis kendaraan yang digunakan mendapatkan hasil bahwa wisatawan nusantara lebih cenderung menggunakan kendaraan bermotor dengan persentase 73,8% sebanyak 96 orang. Rata-rata wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut adalah wisatawan dengan tingkat pendidikan SMA/SMK/Sederajat sehingga mereka lebih menyukai menggunakan kendaraan motor dalam *explore* tempat wisata di Bali terutama Pantai Pasut.

Karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut apabila ditinjau berdasarkan aktivitas wisata mendapatkan hasil bahwa wisatawan nusantara sebagian besar melakukan aktivitas wisata berswafoto sebanyak 85 orang dengan persentase 65,4%. Hal ini dikarenakan Daya Tarik Wisata Pantai Pasut memiliki atraksi wisata alam berupa pantai pasir hitam yang berkilau dan taman pohon kelapa yang dapat dijadikan media dokumentasi oleh wisatawan nusantara, dan hasil dokumentasi tersebut tentu diunggah melalui akun media sosial sebagai bentuk menunjukkan eksistensi mereka yang telah berkunjung Daya Tarik Wisata Pantai Pasut.

Terakhir, karakteristik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut apabila ditinjau berdasarkan sumber informasi yang didapat bahwa wisatawan nusantara mendapatkan informasi terkait Daya Tarik Pantai Pasut melalui media sosial sebanyak 63 orang dengan persentase 45,8%. Hasil ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan Diasputri (2022) bahwa sumber informasi wisatawan ke Bali di masa pandemi didominasi oleh *Instagram* sebanyak 61%. Hal ini dikarenakan kelompok usia yang mendominasi tingkat kunjungan ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut antara 17-25 Tahun dengan tingkat pendidikan SMA/SMK/

Sederajat, dimana itu erat kaitannya dengan teknologi terutama penggunaan media sosial. Sehingga, sumber informasi utama wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut adalah media sosial.

Faktor Pendorong

Faktor pendorong salah satu faktor yang mampu membuat seorang wisatawan nusantara melakukan perjalanan wisata ke berbagai daerah tujuan wisata. Adapun indikator faktor pendorong yang digunakan berjumlah 27 indikator yang diberikan kepada 130 orang wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan. Kemudian, 27 indikator ini dianalisis dengan menggunakan metode analisis faktor yang sudah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 25.0 *for windows*. Hasil analisis faktor menggunakan program SPSS 25.0 *for windows* terdapat 27 indikator yang dinyatakan sudah memenuhi syarat uji KMO, Bartlett's Test, uji MSA dan dilanjutkan dengan menentukan jumlah faktor, rotasi faktor lalu diakhiri dengan interpretasi faktor. Hasil dari loading faktor dari indikator pendorong menghasilkan enam (6) faktor baru terbentuk. Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan maka faktor pendorong wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata terbentuk 6 faktor baru, yaitu:

1. Faktor pertama diberi nama faktor "*self fulfillment*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 8,667. Faktor "*self fulfillment*" terdiri dari 6 pernyataan, antara lain: mencari aktivitas baru, mencari kesenangan diri sendiri, ingin menemukan hal baru, ingin menemukan inspirasi, mengenal diri sendiri dan merasakan suasana baru.
2. Faktor kedua diberi nama faktor "*relationship*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,880. Faktor "*relationship*" terdiri dari empat (4) pernyataan, antara lain: ingin bertemu orang-orang baru, ingin memperbanyak relasi, ingin bersosialisasi dengan wisatawan lainnya, dan ingin mencari pasangan.
3. Faktor ketiga diberi nama faktor "*escape from routinity and relax*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,093. Faktor "*escape from routinity and relax*" terdiri dari lima (5) pernyataan, antara lain: ingin bersantai, ingin bersenang- senang,

- melepaskan diri dari rasa jenuh, mengisi waktu libur dan melepaskan diri dari keramaian perkotaan.
4. Faktor keempat diberi nama faktor "*romance moment*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,469. Faktor "*romance moment*" terdiri dari lima (5) pernyataan, antara lain: ingin mengabadikan momen istimewa bersama pasangan, menghabiskan waktu dengan pasangan, ingin mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media, melepaskan diri dari tekanan pekerjaan, dan ingin mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi.
 5. Faktor kelima diberi nama faktor "*family bonds*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,361. Faktor "*family bonds*" terdiri dari tiga (3) pernyataan, antara lain: ingin menghabiskan waktu dengan keluarga, mempererat hubungan keluarga dengan melakukan perjalanan bersama, dan ingin berbagi cerita dengan anggota keluarga yang jarang ditemui.
 6. Faktor keenam diberi nama faktor "*prestige*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,190. Faktor "*prestige*" terdiri dari tiga (3) pernyataan, antara lain: meningkatkan eksistensi di media sosial, membagikan pengalaman liburan, dan mendapatkan perhatian dari pengguna media sosial lainnya.

Faktor Penarik

Faktor yang terdapat pada daerah atau wilayah tujuan wisatawan yang memiliki kemampuan untuk menarik wisatawan nusantara berkunjung. Indikator yang digunakan berjumlah 12 indikator yang di sebarakan kepada 130 responden wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan. Hasil analisis menggunakan program SPSS 25.0 *for windows* terdapat 12 indikator yang dinyatakan valid sesuai syarat indikator dalam pengujian uji KMO, *Bartlett's Test*, uji MSA dan dilanjutkan dengan menentukan jumlah faktor, rotasi faktor dan diakhiri interpretasi faktor. Hasil dari *loading* faktor penarik menghasilkan tuga (3) faktor baru sebagai berikut:

1. Faktor pertama diberi nama faktor "*product and facilities*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 4,956. Faktor "*product and facilities*" terdiri dari 7 pernyataan,

- antara lain: pelayanan diberikan sangat cepat, pilihan makanan dan minuman yang beragam, pemandu melayani dengan ramah, fasilitas yang memadai, lokasi yang strategis, mendapat informasi dari keluarga, serta harga makanan dan minuman yang terjangkau.
2. Faktor kedua diberi nama faktor "*information about destination*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,339. Faktor "*information about destination*" terdiri dari tiga pernyataan, antara lain: melihat ulasan yang baik di internet, promosi yang menarik di sosial media, dan terdapat spot foto *instagramable*.
3. Faktor ketiga diberi nama faktor "*natural scenery*" dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,192. Faktor "*natural scenery*" terdiri dari dua pernyataan, antara lain: melihat keindahan sunset di Pantai Pasut, dan cuaca yang cerah dan berangin di Pantai Pasut.

Faktor Dominan

Faktor paling dominan mendorong wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut dapat dilihat dari nilai *eigenvalue* tertinggi dalam analisis yaitu sebesar 8,667. Berdasarkan hasil studi maka yang menjadi faktor pendorong paling dominan adalah faktor "*self fulfillment*". Faktor ini terdiri dari enam indikator, antara lain: (1) Mencari aktivitas baru, (2) Mencari kesenangan diri sendiri, (3) Ingin menemukan hal baru, (4) Ingin menemukan inspirasi, (5) Mengenal diri sendiri, dan (6) Merasakan suasana baru. Faktor "*self fulfillment*" mengungguli faktor lain dengan *persentase variance* sebesar 32,099%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut terdorong untuk mencari hal baru entah itu aktivitas baru ataupun suasana baru.

Faktor paling dominan menarik wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut dapat dilihat dari nilai *eigenvalue* tertinggi dalam analisis faktor yaitu sebesar 4,956. Berdasarkan hasil studi maka yang menjadi faktor penarik paling dominan adalah faktor "*product and facilities*". Faktor ini terdiri dari 7 indikator, antara lain: (1) Pelayanan yang diberikan sangat cepat, (2) Pilihan makanan dan minuman yang beragam, (3) Pemandu melayani dengan ramah, (4) Fasilitas yang memadai, (5) Lokasi yang

strategis,

(6) Mendapat informasi dari keluarga, dan (7) Harga makanan dan minuman yang terjangkau. Faktor faktor “*product and facilities*” mengungguli faktor lain dengan *persentase variance* sebesar 41,297%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut tertarik akan produk wisata yang ditawarkan serta fasilitas yang tersedia di Daya Tarik Wisata Pantai Pasut. Hasil ini sesuai karena Pantai Pasut memiliki fasilitas penunjang yang cukup beragam seperti penginapan, restoran, penyewaan aktivitas ATV, motor *trail*, rental motor. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2022) yang menyatakan bahwa faktor dominan yang menarik wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan adalah faktor “*Natural Place*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 7,478.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik wisatawan nusantara yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut didominasi oleh wisatawan yang berasal dari daerah Jawa Timur (39%), berjenis kelamin perempuan (59,2%), berusia 17-25 Tahun (86,2%), berstatus belum menikah (85,4%), memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK/Sederajat (63,1%), dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa (68,5%), biaya yang dikeluarkan sebesar <Rp 100.000 (67,7%), jenis kendaraan yang digunakan kendaraan bermotor (73,8%), aktivitas wisata yang dilakukan adalah wisata swafoto (65,4%), dan memperoleh informasi melalui media sosial (48,5%).

Berdasarkan faktor pendorong, faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut dibagi menjadi enam faktor, yakni (1) Faktor “*Self Fulfillment*”; (2) Faktor “*Relationship*”; (3) Faktor “*Escape from Routines and Relax*”; (4) Faktor “*Romance Moment*”; (5) Faktor “*Family Bonds*”; dan (6) Faktor “*Prestige*”. Sedangkan faktor penarik, faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan nusantara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan dibagi menjadi tiga faktor yakni, (1) Faktor “*Product and Facilities*”; (2) Faktor

“*Information about Destination*”; dan (3) Faktor “*Natural Scenery*”. Faktor yang paling dominan memotivasi wisatawan nusantara mengunjungi Pantai Pasut adalah Faktor “*Self Fulfillment*” yang terdiri dari enam faktor terbentuknya, yaitu

(1) mencari aktivitas baru, mencari kesenangan diri sendiri; (2) mencari kesenangan diri sendiri; (3) ingin menemukan hal baru; (4) ingin menemukan inspirasi; (5) mengenal diri sendiri, dan (6) merasakan suasana baru. Sedangkan, faktor dominan memotivasi wisatawan nusantara untuk mengunjungi Pantai Pasut adalah faktor “*Product and Facilities*” yang terdiri dari (1) pelayanan yang diberikan sangat cepat; (2) pilihan makanan dan minuman yang beragam; (3) pemandu melayani dengan ramah; (4) fasilitas yang memadai; (5) lokasi yang strategis; (6) mendapat informasi dari keluarga; (7) harga makanan dan minuman yang terjangkau.

Saran

Adapun saran bagi akademis yaitu untuk peneliti selanjutnya, agar penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun referensi dalam penelitian selanjutnya dan perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai motivasi wisatawan mancanegara berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan karena wisatawan nusantara dengan wisatawan mancanegara memiliki karakteristik, faktor pendorong dan penarik yang berbeda dalam berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut, Kabupaten Tabanan.

Adapun saran praktis yaitu diharapkan pemerintah khususnya Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan untuk lebih aktif dalam memantau perkembangan Pantai Pasut ini karena daya tarik ini merupakan aset bagi Kabupaten Tabanan dan Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan dapat mendukung perkembangan Daya Tarik Wisata Pantai Pasut ini agar daya tarik berjalan secara optimal dan berdampak positif bagi masyarakat sekitar. Selain pemerintah, bagi Pihak Pengelola Pantai Pasut diharapkan agar menata kembali area pantai agar semakin cantik dan dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Pasut serta mampu mengupayakan dalam penyediaan fasilitas kebersihan seperti tempat sampah yang memadai di sekitar Pantai Pasut karena masih

banyak sampah di area bibir pantai dan juga mengupayakan penyediaan fasilitas umum seperti area parkir yang luas, *sunbed* atau kursi santai di pinggir pantai agar wisatawan merasa nyaman saat berkunjung.

Kepustakaan

- Andre Adi Putra Pratama, I.P., Suardana, I. W., Dewi, Lglk. Motivasi Wisatawan Millennial Berkunjung Ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan. *Jurnal Ipta (Industri Perjalanan Wisata)*, V. 9, N. 2.
- Awaritefe, O. D. 2004. *Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria. Tourism Geographies*. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, 6(3).
- Azman, N., Abd. Rahman, Sawari, Abas S & Latif. 2022. Characteristic of Tourist Movement Pattern in Muar Royal Town, Johor.
- Bashar, A. A. M., & Abdelnaser, O. (2019). An investigation into motivational factors that influencing foreign tourists' to visit Jordan. Push and pull factors. *Jaser*, 16.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23. Edisi kedelapan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik dan Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2).
- Jayaprakash, K. (2016). Factors influencing the tourists to visit Udhagaman dalam *International Journal of Management and Social Science Research Review*, 1(25).
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks
- Kyriakaki, A., Stavrinoudis, T., & Daskalopoulou, G. (2020). Investigating the Key Factors Influencing the International Tourists' Decision-Making on Choosing a Destination. *Springer Proceedings in Business and Economics*, June.
- Lowa, M. G. (2015). Motivasi Wisatawan Asal Surabaya Terhadap Thailand.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pradhan, B. A. 2020. Survey of Push and Pull Motivational Factors of Domestic Tourists Visiting Kolkata Region.
- Sugiyono. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Walbat, Viktorianus., Agus Wikanantha Sagita, P., & Wijaya, N.M.S. (2021). Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan ke Desa Wisata Liang Ndera Kabupaten Manggarai Barat. *Jurnal IPTA*, 9 (1).