

## KARAKTERISTIK DAN MOTIVASI WISATAWAN NUSANTARA BERWISATA KULINER DI UBUD, BALI

Ni Putu Intan Diah Angreni<sup>1</sup>, NMS. Wijaya<sup>2</sup>, W. Citra JuwitaSari<sup>3</sup>

Email: intandiah33@student.unud.ac.id<sup>1</sup>, sofia\_ipw@unud.ac.id<sup>2</sup>, citra\_ipw@unud.ac.id<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

**Abstract:** Ubud is the first destination to have branding as a UNWTO standard culinary tourism destination with the best endorsers in the world for the tourism sector. The research objective is related to the motivations and characteristics of domestic tourists undertaking culinary tourism in Ubud, Bali, to provide a deeper view of market segments and consumer preferences. These can include food tours, cooking classes, food festivals and interactions with local communities, all of which can increase a destination's appeal. The sampling technique uses a purposive sampling technique by distributing 100 questionnaires to domestic tourists who will, are currently and have already gone on culinary tourism in Ubud. This research uses quantitative descriptive research methods. Data that has been processed will use a Likert scale and then be presented in the form of numbers. Based on research results, domestic tourists who undertake culinary tourism in Ubud are dominated by tourists from the Java region (54%) are male (52%) aged 15-30 years (90%) have a high school/vocational school education (51%) are unmarried (84%) not yet working (50%) social media information sources (76%) with an average expenditure of IDR 150,000 – IDR 500,000 (56%). The motivation of domestic tourists to undertake culinary tourism is dominated by the motivation to try new food (average score 4.10), relax, and enjoy a balance between quality and price (average score 4.0), as well as social and interpersonal factors (average score- average 3.65).

**Abstrak:** Ubud merupakan destinasi pertama yang memiliki *branding* sebagai destinasi wisata kuliner berstandar UNWTO dengan *endorser* terbaik di dunia untuk bidang pariwisata. Tujuan penelitian terkait motivasi dan karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud, Bali, dapat memberikan pandangan yang lebih dalam tentang segmen pasar dan preferensi konsumen. Hal tersebut dapat mencakup tur kuliner, kelas memasak, festival makanan, dan interaksi dengan komunitas lokal, yang semuanya dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Teknik penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan membagikan 100 kuesioner kepada wisatawan nusantara yang akan, sedang, dan sudah melakukan wisata kuliner di Ubud. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Data yang telah diproses akan menggunakan skala likert dan kemudian disajikan dalam bentuk angka-angka. Berdasarkan hasil penelitian, wisatawan nusantara yang melakukan wisata kuliner di Ubud didominasi oleh wisatawan asal daerah Jawa (54%) berjenis kelamin pria (52%) berusia 15-30 tahun (90%) berlatar pendidikan SMA/SMK (51%) belum menikah (84%) belum bekerja (50%) sumber informasi sosial media (76%) dengan pengeluaran rata-rata Rp150.000 – Rp500.000 (56%). Motivasi wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner didominasi oleh motivasi mencoba makanan baru (skor rata-rata 4,10), bersantai, dan menikmati keseimbangan antara kualitas dan harga (skor rata-rata 4,0), serta faktor sosial dan interpersonal (skor rata-rata 3,65).

**Keywords:** characteristics, motivation, and culinary tourism.

### PENDAHULUAN

Bali merupakan pulau yang terkenal akan daya tarik wisatanya, baik melingkupi keindahan alam maupun keragaman budayanya. Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2012, Bali sebagai destinasi wisata internasional telah mengadopsi konsep

pariwisata yang menekankan wisata budaya. Dalam peraturan tersebut, terdapat 11 unsur budaya yang dianggap mampu menarik minat wisatawan, di antaranya adalah makanan atau kuliner. Menurut laporan dari Condé Nast Traveler pada tahun 2019, Bali masih mempertahankan gelar sebagai "Pulau Terbaik

di Asia". Sementara itu, dalam laporan perjalanan dari Amerika Serikat, Bali menempati peringkat ke-15 sebagai salah satu destinasi terbaik yang harus dikunjungi di Asia, berada di posisi ke-4 setelah Maladewa, Tokyo, dan Phuket.

Dalam melakukan sebuah perjalanan wisata, tentu memiliki motivasi dalam melakukan perjalanan. Salah satu motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata adalah mencari pengalaman kuliner (Hall & Sharples, 2003; Long, 2004 dalam Wijayanti, 2020 : 75). Menurut Fridgen (dikutip dalam Beach et al., 2018 : 190), motivasi pada individu adalah dorongan yang untuk melakukan suatu tindakan guna memenuhi kebutuhan biologis atau keinginan psikologis. Dengan demikian, makanan dan minuman menjadi salah satu kebutuhan biologis utama manusia yang dipengaruhi oleh motivasi.

Pariwisata kuliner merupakan perjalanan wisata yang memiliki tujuan untuk menemukan makanan dan minuman serta dapat menciptakan pengalaman gastronomi yang *memorable* (Wolf, 2002 dalam Hanggraito Anggit & Budiani, 2021 : 738). Makanan memiliki potensi untuk menjadi. Pengalaman berkesan dalam perjalanan wisata kuliner dipengaruhi oleh lima aspek, yaitu jenis makanan dan minuman yang dinikmati, lokasi, teman, kesempatan, dan unsur-unsur wisata lainnya. Tidak seperti produk wisata seperti wisata bahari, budaya, dan alam yang dapat dijual sebagai produk utama dalam industri pariwisata, wisata kuliner sering kali diposisikan sebagai produk penunjang (Saswili, 2022).

Ubud adalah salah satu destinasi wisata yang terkenal di Pulau Bali dan juga merupakan tempat populer untuk melakukan wisata kuliner. Keindahan alam yang dimiliki oleh Ubud mampu menarik minat wisatawan untuk berwisata. Dari informasi yang disampaikan oleh *radarbali.id* jumlah kunjungan ke berbagai destinasi wisata di Ubud yang dipaparkannya sejak bulan Januari 2023 hingga Juli mencapai 3.075 domestik dan 510.435 orang mancanegara. Menurut situs *TripAdvisor* pada tahun 2016, terdapat 516 restoran yang berlokasi di daerah Ubud. Jumlah ini belum termasuk rumah makan kecil dan menengah yang tidak tercatat dalam situs tersebut. Dikutip dari *warthaevent.com* mengatakan bahwa Lembaga UNWTO (Organisasi Pariwisata Dunia PBB) pada Ubud

Food Festival tahun 2018 telah menetapkan Ubud sebagai *prototype* pengembangan pariwisata gastronomi dari Indonesia.

Ketua Tim Percepatan Wisata Kuliner dan Belanja Kementerian Pariwisata yaitu Vita Datau yang hadir sebagai narasumber dengan mengatakan bahwa ditetapkannya Ubud sebagai "UNWTO *Gastronomy Destination Prototype*" diharapkan agar dapat menjadi daya tarik baru pariwisata Bali. Ubud merupakan destinasi pertama yang memiliki *branding* sebagai destinasi wisata kuliner berstandar UNWTO dengan *endorser* terbaik di dunia untuk bidang pariwisata. Ubud dipilih karena dianggap memiliki kesiapan yang paling baik untuk menjadi tujuan utama bagi wisata kuliner. Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan wisata kuliner di suatu destinasi dapat memberikan keuntungan baik bagi penduduk setempat maupun para wisatawan yang mengunjungi destinasi tersebut.

Di tengah persaingan sengit dan meningkatnya jumlah restoran non-lokal, makanan khas Bali dengan ciri khasnya sangat mudah ditemukan di Ubud. Masakan khas Bali di Ubud terbukti memberikan pengalaman budaya yang autentik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Masakan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai penyeimbang lapar, tetapi juga berkembang menjadi salah satu faktor penting dalam daya tarik pariwisata di destinasi ini (Diah and Pitanatri, 2016). Sang Ayu Mangku pemilik dari Nasi Ayam Kedewatan Ibu Mangku, Anak Agung Oka Raka Sinar pemilik Babi Guling Bu Oka, dan Anak Agung Raka Sueni pemilik rumah makan Bebek Bengil merupakan restoran lokal yang memperkuat eksistensi Ubud sebagai destinasi wisata kuliner di Bali (Sudjana *et al.*, 2022). Wisata kuliner ikut meremajakan daya tarik Ubud sebagai proses *rejuvenation* atau peremajaan dinyatakan dalam teori *tourism area life cycle* (Butler, 1980 dalam Sudjana *et al.*, n.d.). Ubud dipilih sebagai lokasi penelitian karena sebagai destinasi wisata kuliner yang terkenal dan mendukung kegiatan kepariwisataan di Bali. Selain itu, Ubud juga dikenal karena suasana khas budayanya, yang dapat memengaruhi motivasi wisatawan untuk menjelajahi dan menikmati ragam kuliner lokal.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, pendirian usaha pada bidang wisata kuliner di Ubud hingga saat ini masih belum maksimal. Dari observasi yang dilakukan,

terdapat beberapa kafe yang hanya mementingkan eksistensi dari tempat dibandingkan dari makanan yang dihidangkan. Hal ini dapat menyebabkan kunjungan wisatawan ketika melakukan wisata kuliner di Ubud khususnya ketika mengunjungi restoran atau kafe, bersifat tidak berulang atau hanya sekali kunjungan saja. Untuk mengembangkan wisata kuliner di Ubud, perlu dilakukannya penelitian mengenai karakteristik dan motivasi wisatawan kuliner yang dapat memberikan pandangan yang lebih dalam tentang segmen pasar dan preferensi konsumen. Dengan memahami motivasi dan karakteristik wisatawan kuliner, destinasi pariwisata dapat menyediakan pengalaman yang berarti dan unik bagi wisatawan. Hal tersebut dapat mencakup tur kuliner, kelas memasak, festival makanan, dan interaksi dengan komunitas lokal, yang semuanya dapat meningkatkan daya tarik destinasi di Ubud.

Mengidentifikasi motivasi dan karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud, Bali akan membantu dalam meningkatkan kepuasan wisatawan dan mempromosikan pengembangan berkelanjutan pariwisata khususnya di bidang wisata kuliner. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang preferensi konsumen terhadap makanan dan minuman, serta memahami tren dan pola perilaku konsumen dalam melakukan perjalanan kuliner sehingga dapat membantu industri makanan dalam mengembangkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan pasar.

## **METODE**

Ubud adalah sebuah desa adat yang merupakan destinasi wisata di Kabupaten Gianyar, Bali. Ubud dapat ditempuh waktu perjalanannya kurang lebih 1 jam dari pusat kota Denpasar, Bali. Restoran-restoran, warung makan, kafe, dan festival makanan di Ubud menawarkan pengalaman kuliner yang unik dan memikat bagi para wisatawan. Selain itu, Ubud juga dikenal sebagai pusat seni dan budaya Bali, sehingga pengalaman kuliner di sini sering kali dipadukan dengan suasana yang kaya akan seni, musik, tarian, dan tradisi lokal lainnya.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan observasi, penyebaran kuesioner, studi kepustakaan, dan dokumentasi.

Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dalam penelitian ini yaitu wisatawan nusantara yang akan, sedang, atau pernah melakukan wisata kuliner di Ubud. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow yang membutuhkan sampel sebanyak 100 responden.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang telah diproses akan menggunakan skala likert dan kemudian disajikan dalam bentuk angka-angka. Dalam memudahkan peneliti untuk mengolah data yang telah dikumpulkan, peneliti akan menggunakan *Microsoft Office Excel* untuk melakukan perhitungan terkait distribusi frekuensi dan analisis skala likert.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum**

Kecamatan Ubud terletak di Kabupaten Gianyar, Bali, Indonesia, dan memiliki luas wilayah sebesar 42,38 km<sup>2</sup>. Ubud adalah tempat yang menyediakan Ubud tidak hanya menjadi destinasi akomodasi yang ideal, tetapi juga memberikan akses mudah ke destinasi lainnya di Bali. Pesona yang dimiliki Ubud menawarkan suasana yang tenang, panorama hutan yang memesona, perpaduan gaya hidup yang santai dengan kegiatan spiritual seperti yoga, meditasi, dan terapi holistic, serta Ubud juga menawarkan berbagai pilihan kuliner yang lezat, dari restoran mewah hingga warung tradisional.

Ditetapkannya Ubud sebagai contoh dalam wisata kuliner atau gastronomi global dalam pembentukan kluster wisata kuliner disebabkan oleh partisipasi aktif masyarakat lokal Seperti halnya pendirian dari restoran lokal, kafe, *cooking class*, dan acara tahunan Ubud Food Festival.

### **Karakteristik Wisatawan**

Jumlah responden yang diambil adalah berjumlah 100 orang, dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Berikut merupakan hasil dari tabel data terkait karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud yang dibedakan berdasarkan teori Seaton dan Bennet (1996). Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan asal daerah didominasi oleh wisatawan dari Jawa 62 orang (62%)

sangat mencolok dan menunjukkan bahwa ada ketertarikan yang besar dari masyarakat Jawa untuk mengunjungi Ubud dan melakukan wisata kuliner. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan jenis kelamin dengan jumlah wanita sebanyak 48 orang (48%) dan laki-laki berjumlah 52 orang (52%). Dengan 48% wisatawan perempuan dan 52% wisatawan laki-laki, data menunjukkan keseimbangan gender yang relatif merata. Hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner di Ubud menarik minat yang hampir sama dari kedua jenis kelamin. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, seperti preferensi terhadap eksplorasi kuliner atau adanya lebih banyak yang melakukan perjalanan solo atau bersama teman untuk tujuan kuliner. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan usia yaitu didominasi oleh rentang usia 15-30 tahun dengan jumlah 90 orang (90%). Hal ini dapat dijelaskan pada usia 15-30 tahun memiliki keinginan untuk eksplorasi hal-hal baru khususnya dalam melakukan wisata kuliner. Usia ini merupakan usia yang sangat terhubung dengan sosial media, sehingga usia ini mendorong mereka untuk mencoba dan membagikan pengalaman kuliner mereka sendiri. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan latar belakang pendidikan didominasi dengan jumlah 51 orang (51%) pada pendidikan SMA/SMK. Hal ini dapat dijelaskan bahwa kelompok wisatawan dengan latar belakang pendidikan SMA/SMK melakukan wisata kuliner dijadikan sebagai aktivitas sosial yang dilakukan bersama teman-teman. Aktivitas wisata kuliner juga memberikan mereka kesenangan dan relaksasi setelah rutinitas sekolah mereka sehari-hari. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan status perkawinan didominasi oleh kelompok wisatawan yang belum menikah dengan jumlah 84 orang (84%) Hal ini dapat dijelaskan bahwa orang yang belum menikah cenderung memiliki lebih banyak waktu luang dan kebebasan untuk bepergian. Mereka tidak memiliki tanggung jawab keluarga yang signifikan, seperti merawat anak atau pasangan, sehingga lebih mudah untuk merencanakan dan melakukan perjalanan kuliner. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan pekerjaan diduduki oleh kelompok orang yang belum bekerja dengan jumlah 50

orang (50%). Hal ini dijelaskan bahwa kelompok wisatawan yang belum bekerja terdiri dari pelajar, mahasiswa, atau mereka yang sedang dalam masa transisi karir. Kelompok ini cenderung memiliki waktu lebih banyak untuk bepergian dan mengeksplorasi destinasi wisata kuliner. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan status pendapatan tertinggi diduduki oleh kelompok wisatawan yang memiliki pendapatan kurang dari Rp1.000.000 dengan jumlah 36 orang (36%). Kelompok wisatawan ini adalah wisatawan yang belum bekerja dan sedang menempuh pendidikan sebagai mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas wisata kuliner di Ubud terdapat pilihan kuliner yang terjangkau dan beragam yang membuat menarik bagi kelompok wisatawan ini. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan tujuan berkunjung sebagian besar responden yaitu 91 orang (91%), melakukan wisata kuliner dengan tujuan berwisata atau rekreasi. Hal ini menunjukkan bahwa Ubud adalah destinasi kuliner yang sangat populer untuk rekreasi, yang sesuai dengan daya tariknya sebagai tempat wisata dengan banyak restoran dan pengalaman kuliner yang menarik. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan pengorganisasian melakukan wisata kuliner yaitu sebanyak 46 orang (46%) mengorganisasikan aktivitas wisata kuliner bersama teman-teman. Hal ini menunjukkan bahwa wisata kuliner dominan menjadi aktivitas sosial yang dinikmati bersama, memperkuat hubungan sosial dan memberikan pengalaman bersama yang menyenangkan. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan waktu melakukan wisata kuliner yaitu pada akhir pekan memiliki presentase terbesar yaitu sebanyak 53 orang (53%) yang menunjukkan bahwa akhir pekan adalah waktu yang populer bagi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Ubud. Hal ini bisa disebabkan oleh ketersediaan waktu luang dan kebiasaan liburan singkat di akhir pekan. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan sumber informasi tujuan wisata kuliner dengan jumlah yang mendominasi sebanyak 76 orang (76%) mendapatkan informasi dari media sosial. Hal Ini menunjukkan dominasi media sosial sebagai sumber informasi utama bagi wisatawan ketika

akan melakukan wisata kuliner. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok memiliki pengaruh dalam menentukan tujuan wisatawan melakukan wisata kuliner. Karakteristik wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud berdasarkan pengeluaran melakukan wisata kuliner didominasi oleh kelompok wisatawan dengan pengeluaran Rp150.000 – Rp500.000 sebanyak 56 orang (56%). Hal ini dijelaskan bahwa mayoritas wisatawan nusantara mengalokasikan pengeluaran dana yang mencakup pengalaman kuliner di kelas menengah dengan variasi menu dan kualitas yang baik.

### Motivasi Wisatawan

Dalam melakukan wisata kuliner di Ubud, terdapat motivasi yang mendorong wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud. Berikut merupakan hasil tabel data terkait motivasi wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud yang mempunyai beberapa indikator dari motivasi melakukan wisata kuliner. Adapun indikator motivasi tersebut adalah pengalaman dan kebaruan dalam hal makanan, hedonisme dan memanfaatkan waktu luang, terlibat dalam pengalaman pekerjaan, *physical or physiological motivation*, *cultural motivation*, dan *social motivation or interpersonal motivation* berdasarkan teori (Castillo-Canalejo, dkk, 2020 dan McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985).

Indikator pengalaman dan kebaruan dalam hal makanan yang dimiliki secara keseluruhan dengan skor rata-rata 4,10. Data tersebut menunjukkan bahwa motivasi wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner di Ubud sangat positif dan didominasi oleh keinginan untuk mendapatkan pengalaman kuliner baru dan menyenangkan (skor rata-rata 4,21). Motivasi pada indikator ini menjadi yang tertinggi karena makanan adalah bagian utama dari melakukan perjalanan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa menemukan hidangan baru dan pengalaman melakukan wisata kuliner adalah bagian yang menyenangkan dalam perjalanan wisata, sehingga eksplorasi kuliner menjadi prioritas utama wisatawan nusantara. Sesuai dengan teori Castillo-Canalejo, motivasi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Ubud didorong oleh tiga faktor salah satunya adalah pengalaman dan kebaruan dalam hal

makanan yaitu untuk memenuhi keinginan dalam mencoba hal baru.

Indikator hedonisme dan memanfaatkan waktu luang yang dimiliki secara keseluruhan dengan skor rata-rata 4,0 yang menunjukkan bahwa motivasi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Ubud bersifat positif dan didominasi oleh keinginan untuk bersantai dengan relasi dan teman-teman (skor rata-rata 4,11). Wisata kuliner di Ubud membuktikan dapat memberikan kesempatan untuk bersosialisasi dengan relasi dan teman-teman dalam suasana santai. Menikmati wisata kuliner juga menunjukkan kegiatan sosial yang menyenangkan sehingga mempererat hubungan antarindividu. Teori motivasi yang dikemukakan oleh Castillo-Canalejo mendukung bahwa wisatawan melakukan wisata kuliner didorong oleh faktor hedonisme dan memanfaatkan waktu luang yaitu untuk bersantai dengan relasi dan teman-teman.

Skor rata-rata pada indikator terlibat dalam pengalaman pekerjaan yang dimiliki secara keseluruhan adalah 3,26, yang menunjukkan bahwa wisatawan nusantara dominan melakukan aktivitas wisata kuliner di Ubud untuk menciptakan peluang dalam memperluas jaringan profesional (skor rata-rata 3,43). Ubud menawarkan lingkungan yang santai dan alami, yang dapat memfasilitasi interaksi sosial dan percakapan informal ketika melakukan wisata kuliner. Suasana yang nyaman dan tidak kaku ini membuat wisatawan lebih mudah membangun hubungan baru dan memperluas jaringan profesional yang wisatawan miliki. Penelitian ini mengonfirmasi teori Castillo-Canalejo yaitu motivasi wisatawan dipicu oleh keinginan terlibat dalam pengalaman pekerjaan yang salah satunya adalah menciptakan peluang dalam memperluas jaringan.

Skor rata-rata pada indikator *physical or physiological motivation* yang menunjukkan kategori setuju dengan skor secara keseluruhan adalah 3,42, yang menunjukkan kategori setuju pada indikator motivasi dalam melakukan wisata kuliner di Ubud. Data ini menunjukkan bahwa motivasi wisatawan nusantara melakukan wisata kuliner didominasi oleh keinginan untuk mencukupi kebutuhan biologis (skor rata-rata 3,66). Kebutuhan biologis merujuk pada kebutuhan dasar manusia untuk makan dan minum. Makanan adalah kebutuhan pokok yang tidak bisa diabaikan, dan setiap individu memerlukan asupan nutrisi untuk

bertahan hidup. Motivasi ini kuat karena makanan dapat memberikan kepuasan emosional dan fisik. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan terdorong untuk menambah pengalaman sensori dan budaya dalam melakukan wisata kuliner di Ubud. Penelitian ini mendukung teori McIntosh dan Murphy tentang motivasi melakukan wisata kuliner yang bersifat fisik atau fisiologis yaitu melakukan wisata kuliner untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia.

Dengan skor rata-rata pada indikator *cultural motivation* yang dimiliki secara keseluruhan adalah 3,38 yang menunjukkan wisatawan cukup setuju melakukan wisata kuliner untuk tujuan budaya. Dengan aspek mengenali dan mempelajari makanan lokal adalah motivasi budaya yang paling dominan bagi wisatawan nusantara di Ubud (skor rata-rata 3,83). Di Ubud, yang terkenal dengan kekayaan budaya dan kulinernya, wisatawan nusantara tertarik untuk menikmati makanan yang autentik, memahami bahan-bahan lokal dan cerita di balik setiap makanan yang dinikmati. Wisatawan cenderung tertarik pada pengalaman yang membuat mereka untuk memahami dan menikmati budaya makanan lokal secara langsung. Sesuai dengan teori McIntosh dan Murphy, motivasi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Ubud didorong oleh motivasi budaya yaitu melakukan wisata kuliner untuk mengenali dan mempelajari makanan lokal.

Skor rata-rata pada indikator *social motivation or interpersonal motivation* yang dimiliki secara keseluruhan adalah 3,65 dengan menunjukkan kategori setuju. Aspek sosial dan interpersonal memiliki peran penting dalam memotivasi wisatawan untuk melakukan wisata kuliner di Ubud, terutama melalui rekomendasi dan keinginan untuk berbagi pengalaman. Dengan motivasi tertinggi yaitu melakukan wisata kuliner berdasarkan rekomendasi teman atau keluarga (skor rata-rata 3,93). Wisatawan cenderung lebih percaya pada rekomendasi dari orang-orang terdekat mereka karena pengalaman yang dibagikan dianggap lebih jujur dan dapat diandalkan. Teman dan keluarga yang telah melakukan wisata kuliner tentu memberikan saran yang lebih praktis dan relevan, termasuk tempat makan terbaik, menu yang direkomendasikan, dan tips untuk mendapatkan pengalaman terbaik saat melakukan wisata kuliner. Penelitian ini mengonfirmasi teori McIntosh dan Murphy

yaitu motivasi wisatawan melakukan wisata kuliner dipicu oleh rekomendasi teman atau keluarga.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Studi ini mengungkapkan bahwa mayoritas wisatawan nusantara yang berkunjung ke Ubud untuk wisata kuliner berasal dari Jawa, berjenis kelamin laki-laki, berusia muda, dan umumnya belum menikah serta belum bekerja. Mereka umumnya mencari pengalaman rekreasi dan kuliner unik di akhir pekan bersama teman, dengan media sosial sebagai sumber informasi utama. Pengeluaran yang dikeluarkan berkisar antara Rp150.000 hingga Rp500.000.

Motivasi utama mereka adalah mencoba hidangan baru dan menikmati masakan favorit, dengan keinginan untuk merasakan keseimbangan kualitas dan harga. Meskipun sebagian kecil wisatawan termotivasi oleh alasan pekerjaan, motivasi sosial seperti rekomendasi teman atau keluarga dan keinginan berbagi pengalaman juga berperan signifikan. Aspek budaya diakui namun dengan minat yang lebih rendah dibandingkan elemen-elemen lain, menunjukkan potensi pengembangan lebih lanjut dalam menarik minat terhadap kuliner lokal dan festival.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan daya tarik wisata kuliner di Ubud. Pemilik restoran dan kafe disarankan untuk memperbaiki fasilitas yang mendukung pertemuan kerja, seperti menyediakan ruang meeting dan koneksi internet yang baik, demi memenuhi kebutuhan wisatawan yang mengutamakan pekerjaan. Sementara itu, pemilik usaha cooking class di Ubud dapat meningkatkan inovasi dengan menawarkan kelas memasak yang lebih terstruktur dan menarik guna menarik minat wisatawan nusantara. Selain itu, penting bagi pemilik restoran dan kafe untuk berinovasi dengan menawarkan menu kuliner sehat, seperti makanan rendah kalori, rendah gula, dan menu detoks. Untuk penelitian di masa mendatang, sebaiknya dilakukan studi komparatif antara wisata kuliner di Ubud dengan destinasi lainnya di Bali atau Indonesia untuk memahami keunikan Ubud.

Implementasi metode kualitatif seperti wawancara mendalam atau focus group discussion dapat digunakan untuk mengeksplorasi pengalaman dan persepsi wisatawan tentang wisata kuliner di Ubud. Penelitian berikutnya juga dapat mengeksplorasi potensi pengembangan produk kuliner baru yang dapat menarik lebih banyak wisatawan nusantara.

## Kepustakaan

- Agung, M. and Yustine, T. (2020) 'Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Kepercayaan pada Loyalitas Konsumen'. Available at: <http://jurnaltsm.id/index.php/JBA>.
- Agyeiwaah, E. et al. (2019) 'Understanding Culinary Tourist Motivation, Experience, Satisfaction, and Loyalty Using a Structural Approach', *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(3), pp. 295–313. Available at: <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1541775>.
- Arofas, K. (2022) 'Pembentukan Karakter Remaja Melalui Pembinaan Remaja Islam Masjid Al-Cholid Singocandi Kudus', *Dinamika Sosial Budaya*, 24.
- Bali, B. P. (n.d.). *Banyaknya Wisatawan Mancanegara Bulanan ke Bali Menurut Pintu Masuk (Orang)*, 2023. Dikutip dari <https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/1/banyaknya-wisatawan-mancanegarabulanan-ke-bali-menurut-pintu-masuk.html>
- Beach, J. et al. (2018) 'Tourist Motivation to Enjoy Culinary Tourism in Jimbaran Beach Bali', *AUGUST*, 7(2). Available at: [www.ijmer.in](http://www.ijmer.in).
- Diah, P. and Pitanatri, S. (2016) 'Inovasi dalam Kompetisi: Usaha Kuliner Lokal Menciptakan Keunggulan Kompetitif di Ubud', *JUMPA*, 3(1), pp. 1–27.
- Hanggraito Anggit, A. and Budiani (2021) 'Eksplorasi Segmentasi Pasar dan Motivasi Wisatawan Kuliner di Gudeg Pawon Yogyakarta', *JUMPA*, 7.
- Hasnah, V.A. et al. (2021) 'Gastronomi Makanan Yogyakarta Sebagai Atraksi Wisata Kuliner', 1(1). Available at: <http://publikasi.dinus.ac.id/index.php/unclle>.
- Juni Sudaryanti, I. et al. (2015) 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Dalam Melakukan Wisata Heritage Di Kawasan Braga Kota Bandung'.
- Kristina Jayadi, E., Eka Mahadewi, N.P. and Sasrawan Mananda, I.G. (2017) 'Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali', *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17.
- López, T.E.H. et al. (2019) 'Gastronomic Tourism: Attitudes, Motivations and Satisfaction of the Visitor in Cantons of Tungurahua, Ecuador', *American Journal of Industrial and Business Management*, 09(03), pp. 699–719. Available at: <https://doi.org/10.4236/ajibm.2019.93047>.
- Martha, R. (2021) *Strategi Dinas Pariwisata Kota Surabaya dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Studi pada Wisata Monumen Kapal Selam Surabaya*.
- Mularsari, A. (2022) *Potensi Wisata Kuliner dan Motivasi Wisatawan di Kota Depok Jawa Barat Tahun 2019*.
- Nicoletti, S. et al. (2019) 'Motivations of the Culinary Tourist in the City of Trapani, Italy', *Sustainability (Switzerland)*, 11(9). Available at: <https://doi.org/10.3390/su11092686>.
- Pampur, M. N., 2024. *Kunjungan Wisatawan Lebih dari Setengah Juta, Pemanfaatan DAK Pasar Tematik Ubud Dievaluasi*. [Online] Available at: <https://radarbali.jawapos.com/berita-daerah/701785611/kunjungan-wisatawan-lebih-dari-setengah-juta-pemanfaatan-dak-pasar-tematik-ubud-dievaluasi> [Accessed 16 April 2024].
- Rahmadi (2011) *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Ratnasari, K. et al. (2020) 'Wisata Kuliner sebagai Penunjang Pariwisata di Pulau Belitung', *Universitas Sahid Jakarta Jl. Prof. DR. Soepomo No*, 5(2), p. 12870. Available at: <https://doi.org/10.26905/jpp.v5i2.4788>.
- Sandra, K., Dewanti, P. and Mananda. IGPB Sasrawan (2018) 'Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Mancanegara Berkunjung ke Pura Puseh Desa Adat Batuan, Gianyar', *Jurnal IPTA*, 6.
- Saswili, E. (2022) *Peran Kawasan Kuliner Banua Anyar dalam Meningkatkan Pariwisata di Kota Banjarmasin*.
- Setiawan, M.H., Komarudin, R. and Kholifah, D.N. (2022) *Pengaruh Kepercayaan, Tampilan dan Promosi terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace*, *Jurnal Infotech*. Available at:

- <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/infotech139>.
- Silabi, H. (2015) '*Identifikasi Motivasi Belajar dan Faktor-Faktor yang Berkontribusi Terhadap Keseriusan Belajar Siswa SMP Muhammadiyah Kota Bima*', *Jurnal MIPA*, 3.
- Situmorang, M.S. and Suryana, M. (2023) '*The Characteristics of Tourists Doing Culinary Tour: a Case Study of Lengkong Street Food Bandung*', *Journal of Tourism Sustainability*, 3(2), pp. 89–93. Available at: <https://doi.org/10.35313/jtospolban.v3i2.81>.
- Su, D.N., Johnson, L.W. and O'Mahony, B. (2020) '*Analysis of Push and Pull Factors in Food Travel Motivation*', *Current Issues in Tourism*, 23(5), pp. 572–586. Available at: <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1553152>.
- Sudjana, I.M. *et al.* (2022) *Pengembangan dan Pengelolaan Pariwisata di Indonesia*.
- Suwena, I.K. and Widyatmaja, I.G.N. (2017) *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Tunjungsari, K.R. (2018) '*Karakteristik dan Persepsi Wisatawan Mancanegara di Kawasan Sanur dan Canggu, Bali*', *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), p. 108. Available at: <https://doi.org/10.22146/jpt.43178>.
- Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Ullah, N. *et al.* (2022) '*Gastronomic Tourism and Tourist Motivation: Exploring Northern Areas of Pakistan*', *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(13). Available at: <https://doi.org/10.3390/ijerph19137734>.
- Wijayanti, A. (2020) '*Wisata Kuliner sebagai Strategi Penguatan Pariwisata di Kota Yogyakarta Indonesia*', *Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 11.
- Wikipedia. (2012, February 02). Indonesia. Dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Indonesia>
- \_\_\_\_\_. (2023, November 21). Bali. Dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Bali>.