

FAKTOR MOTIVASI WISATAWAN NUSANTARA MILENIAL MENGINAP DI BOBOCABIN KINTAMANI

I Komang Riadi Sugita Putra¹, Yayu Indrawati², LGLK. Dewi³

Email: komangriadi123@gmail.com¹, indrawati.tourism@gmail.com², leli_ipw@unud.ac.id³

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

Abstract: Bobocabin Kintamani is one of 103 active accommodations in Kintamani (2021), and was named number 2 of 11 campsites in Kintamani by Tripadvisor (2024). Based on visit data in January 2023-March 2024, 1,177 tourists stayed at Bobocabin Kintamani, and this was dominated by millennial domestic tourists. This research aims to determine the factors that motivate millennial domestic tourists to stay at Bobocabin Kintamani. The sample for this research was 100 millennial domestic tourists who had stayed at Bobocabin Kintamani. Data collection techniques were carried out using observation, questionnaires, interviews, literature study, and documentation. Data analysis techniques using factor analysis using the SPSS for Windows Version 29.0.2.0 program. The characteristics of the respondents were dominated by tourists from DKI Jakarta, female, aged 24-28 years, unmarried, Bachelor's degree (S1), profession as a private employee, expenditure range of IDR 1,000,000-2,000,000 (40%) and IDR 2,001. 000-3,000,000 (40%), visit only once with a visit duration of 1-2 days, and use a car. The results of factor analysis show that there are eight factors that encourage millennial domestic tourists, namely (1) Self Fulfillment and Social Interaction, (2) Family Bonds, (3) Wish Fulfillment, (4) Prestige, (5) Romance Moment, (6) Escape from Routine and Having Fun, (7) Relationship, (8) Novelty Seeking. As well as three factors that attract millennial domestic tourists, namely (1) Services, Facilities and Location, (2) Static Factor, (3) Information. The most dominant factor driving the motivation of millennial domestic tourists to stay at Bobocabin Kintamani is the "Self Fulfillment and Social Interaction" factor. Meanwhile, the dominant factor that attracts the motivation of millennial domestic tourists to stay at Bobocabin Kintamani is the "Services, Facilities and Location" factor.

Abstrak: Bobocabin Kintamani adalah satu dari 103 akomodasi aktif yang ada di Kintamani (2021), dan dinobatkan sebagai nomor 2 dari 11 bumi perkemahan yang ada di Kintamani oleh Tripadvisor (2024). Berdasarkan data kunjungan pada Januari 2023-Maret 2024, 1.177 wisatawan menginap di Bobocabin Kintamani, dan didominasi wisatawan nusantara milenial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memotivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani. Sampel penelitian ini yaitu 100 wisatawan nusantara milenial yang pernah menginap ke Bobocabin Kintamani. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, serta dokumentasi. Teknik analisis data dengan analisis faktor menggunakan program SPSS for Windows Version 29.0.2.0. Karakteristik responden didominasi oleh wisatawan dari DKI Jakarta, perempuan, berusia 24-28 tahun, belum menikah, pendidikan Sarjana (S1), profesi sebagai pegawai swasta, rentang pengeluaran biaya Rp 1.000.000-2.000.000 (40%) dan Rp 2.001.000-3.000.000 (40%), melakukan kunjungan hanya sekali dengan durasi kunjungan 1-2 hari, dan menggunakan kendaraan mobil. Hasil analisis faktor, terdapat delapan faktor yang mendorong wisatawan nusantara milenial yaitu (1) Self Fulfillment and Social Interaction, (2) Family Bonds, (3) Wish Fulfillment, (4) Prestige, (5) Romance Moment, (6) Escape from Routinity and Having Fun, (7) Relationship, (8) Novelty Seeking. Serta tiga faktor penarik wisatawan nusantara milenial yakni (1) Services, Facilities and Location, (2) Static Factor, (3) Information. Faktor yang paling dominan mendorong motivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah faktor "Self Fulfillment and Social Interaction". Sedangkan, faktor dominan menarik motivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah faktor "Services, Facilities and Location".

Keywords: bobocabin kintamani, domestic millennial tourist, tourist motivation.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu aktivitas kompleks yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen seperti ekonomi, ekologi, politik, sosial budaya dan seterusnya. Pariwisata juga merupakan salah satu sumber devisa negara selain migas yang sangat potensial dan memiliki andil besar dalam membangun perekonomian negara. Dalam kerangka konseptual pariwisata yang kompleks, faktor motivasi perjalanan berperan sebagai elemen penting dalam menentukan preferensi dan pilihan tujuan wisata bagi wisatawan. Para pelaku perjalanan secara eksklusif melakukan perjalanan dengan mencari hiburan dan mendapatkan kepuasan rekreasi, sebagaimana lazimnya dalam kegiatan wisata konvensional. Namun, beberapa dari wisatawan baik domestik atau mancanegara melakukan perjalanan wisata untuk menambah wawasan, pengetahuan, memenuhi rasa ingin tahu, dan keterampilan. Maka dari itu perjalanan yang dilakukan seseorang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong dan penarik dapat juga dikatakan sebagai faktor *internal*/dalam diri seseorang dan *eksternal*/luar diri seseorang yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata.

Pulau Bali adalah salah satu provinsi di Indonesia yang memiliki perkembangan yang sangat pesat dalam sektor pariwisata, Potensi utama yang menjadi daya tarik bagi wisatawan mancanegara maupun domestik adalah kekayaan adat istiadat yang begitu kental serta ditopang dengan keindahan alam yang masih terjaga. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan mempengaruhi peningkatan kebutuhan akomodasi di Bali, seperti hotel, *villa*, *homestay*, *coffee shop*, *camping ground*, *glamping* dan akomodasi lain sebagai penunjang kegiatan pariwisata di Bali.

Kintamani sebagai salah satu daya tarik wisata di Bali, saat ini sedang gencar melakukan pengembangan pariwisata baik dari segi pengembangan atraksi wisata ataupun fasilitas penunjang kegiatan pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari munculnya banyak akomodasi yang menyajikan keindahan alam Gunung Batur dan Danau Batur guna menarik minat wisatawan berkunjung. Menurut Kabid Pajak Daerah dan Retribusi Lainnya (PDRL) BKPAD Kabupaten Bangli, Putu Candra Rahadi mengungkapkan keberadaan tempat

akomodasi/*glamping* di Kintamani mulai menjamur sejak pandemi COVID-19, dan kebanyakan berlokasi di wilayah kaldera Batur. Menurut data tahun 2021 tercatat 116 akomodasi/*glamping* sudah terdaftar sebagai wajib pajak daerah, namun dari jumlah tersebut, ada 13 di antaranya tidak aktif atau tidak beroperasi. Dengan kata lain, jumlah akomodasi atau *glamping* aktif yang terdapat di Kintamani ada 103. Salah satu akomodasi yang menarik minat dan menjadi pilihan wisatawan saat berwisata ke Kintamani adalah Bobocabin Kintamani.

Bobocabin Kintamani ini menjadi salah satu penginapan yang sedang *popular* di Kintamani, terbukti dari 500 lebih postingan di media sosial Instagram dan 633 postingan di media sosial Tiktok menggunakan tagar Bobocabin Kintamani. Dikutip dari tripadvisor, Bobocabin Kintamani merupakan no. 2 dari 11 bumi perkemahan yang ada di Kintamani dan merupakan no. 3 dari 59 penginapan khusus yang ada di Kintamani. Selain itu dilihat pada *review* di aplikasi bobobox, ada 364 *reviews* dengan rating 4,8, rata-rata mengatakan bahwa Bobocabin Kintamani adalah tempat menginap ternyaman dengan suasana yang tenang serta dilengkapi *smart window* dan menyuguhkan pemandangan alam dan *sunrise* yang indah.

Berdasarkan data kunjungan Wisatawan di Bobocabin Kintamani dari bulan Januari 2023-Maret 2024 tercatat 1.177 wisatawan menginap ke Bobocabin Kintamani. Wisatawan yang menginap didominasi oleh wisatawan milenial dengan persentase 61,8%, dan sebagian besar merupakan wisatawan nusantara dengan persentase 58%. Berdasarkan informasi di atas, peneliti tertarik untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang memotivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani.

METODE

Studi dilakukan di Bobocabin Kintamani yang terletak di Jl. Mundukan Ngandang, Songan A, Kec. Kintamani, Kabupaten Bangli, Bali. Variabel yang digunakan adalah variabel karakteristik wisatawan dan motivasi wisatawan yang dibagi menjadi dua sub variabel yaitu faktor pendorong meliputi: *Escape*, *Relaxation*, *Strengthening Family Bonds*, *Prestige*, *Social Interaction*, *Romance*, *Wish Fulfillment*, *Self-Fulfillment*, (Ryan, 1991 dalam Pitana 1995) dan *Novelty Seeking*

(Raktida Siri, dkk. 2012). Adapun faktor penarik meliputi: *Static Factor, Dynamic Factor, Current Factor, Information*, (Awaritefe 2004).

Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Jenis data yang digunakan meliputi data kuantitatif dan data kualitatif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, studi pustaka dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel diambil secara *purposive sampling* dengan total 100 responden wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif kuantitatif terbagi menjadi uji instrumen yaitu uji validitas dan uji reliabilitas serta analisis data yang dilakukan dengan analisis faktor (*Principal Component Analysis*) yang dibantu dengan perangkat lunak SPSS versi *29.0.2.0 for windows*. Tahapan dalam analisis faktor yaitu: uji kelayakan faktor yang terdiri dari uji KMO, *Bartlett's test*, uji *Measure of Sampling Adequency* (MSA), menentukan jumlah faktor, rotasi faktor serta interpretasi faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Bobocabin

Bobocabin Kintamani merupakan salah satu produk bobocabin yang diluncurkan pada tanggal 25 April 2022 oleh PT. Bobobox Mitra Indonesia, yang berlokasi di Jl. Mundukan Ngandang, Songan A, Kec. Kintamani, Kabupaten Bangli. Dengan luas kurang lebih 2 hektar, Bobocabin Kintamani memiliki 30 kamar untuk *stay guest*, dan 9 bangunan *support building* atau bangunan penunjang. Bobocabin Kintamani menawarkan 3 tipe kamar untuk wisatawan diantaranya yaitu 16 *deluxe cabin*, 9 *deluxe cabin hot tub*, 5 *executive cabin*. Selain itu, Bobocabin Kintamani juga menyediakan area *communal space* dan *sharing kitchen* untuk wisatawan yang ingin memasak.

Dalam pengelolaannya, Bobocabin Kintamani mengadopsi sistem vendor atau investor yang melibatkan pemberdayaan masyarakat sekitar. Masyarakat lokal bekerja sama dengan PT. Bobobox Mitra Indonesia sebagai investor penyedia lahan dengan sistem kontrak. Selain itu, dari 13 karyawan yang bekerja di Bobocabin Kintamani, semuanya berasal dari masyarakat lokal yang tinggal di sekitar kawasan tersebut Untuk penyediaan

makanan dan minuman, Bobocabin Kintamani juga menjalin kerjasama dengan masyarakat lokal.

Karakteristik Wisatawan Nusantara Milenial

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani, memperoleh hasil bahwa ditinjau mengenai usia, sebagian besar wisatawan nusantara milenial yang menginap berusia 24-28 tahun dengan jumlah 63 orang atau dengan persentase 63%. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 57 orang dengan persentase. Hasil ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Pratama (2021) bahwa jenis kelamin perempuan mendominasi wisatawan nusantara milenial yang berkunjung ke Desa Jatiluwih, Kabupaten Tabanan dengan persentase sebesar 61,2%.

Berdasarkan daerah asal menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani berasal dari DKI Jakarta sebanyak 31 orang dengan persentase 31%. Apabila ditinjau berdasarkan status dari pernikahan bahwa wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi oleh wisatawan yang belum menikah sebanyak 58 orang dengan persentase 58%. Hal ini juga dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani ditinjau berdasarkan dengan siapa menginap, didominasi oleh wisatawan yang menginap bersama teman sebanyak 43 dengan persentase 43%. Selanjutnya berdasarkan tingkat pendidikannya karakteristik wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani menunjukkan hasil bahwa sebagian besar memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1) sebanyak 72 orang dengan persentase 72%. Hasil ini sesuai dengan hasil penelitian oleh Hesy (2022) bahwa pengunjung milenial yang berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu, Tabanan didominasi oleh pengunjung dengan tingkat pendidikan sarjana (S1) dan sebagian besar melakukan kunjungan bersama teman.

Kemudian, ditinjau berdasarkan jenis pekerjaan wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi

oleh wisatawan dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai swasta dengan jumlah sebanyak 31 orang dengan persentase 31%. Jika ditinjau berdasarkan pengeluaran selama menginap Bobocabin Kintamani didapatkan hasil bahwa sebagian besar wisatawan nusantara milenial menghabiskan pengeluaran yang berkisar antara Rp. 1.000.000-2.000.000 dan Rp. 2.001.000-3.000.000 dengan masing-masing sebanyak 40 orang dengan persentase masing-masing 40%.

Karakteristik wisatawan nusantara milenial apabila ditinjau berdasarkan intensitas menginap ke Bobocabin Kintamani maka didapatkan hasil bahwa wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi oleh wisatawan yang menginap hanya sekali dengan jumlah sebanyak 89 orang atau dengan persentase 89%. Kemudian apabila ditinjau berdasarkan durasi menginap memperoleh hasil sebanyak 100 orang atau persentase 100% wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani dengan durasi 1-2 hari.

Terakhir karakteristik wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani apabila ditinjau berdasarkan jenis kendaraan yang digunakan memperoleh hasil bahwa wisatawan nusantara milenial yang menginap didominasi oleh wisatawan yang menggunakan jenis kendaraan mobil sebanyak 72 orang atau dengan persentase 72%. Hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hadi (2024) dimana pada penelitian ini wisatawan nusantara yang berkunjung ke Pantai Pasut, Tabanan didominasi oleh wisatawan nusantara dengan jenis kendaraan bermotor sebanyak 96 orang dengan persentase 73,8%.

Faktor Pendorong

Faktor pendorong merupakan salah satu faktor yang mampu membuat seseorang wisatawan nusantara milenial melakukan perjalanan wisata ke berbagai daerah tujuan wisata. Adapun indikator faktor pendorong yang digunakan berjumlah 27 indikator yang disebarkan kepada 100 orang wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani. Kemudian 27 indikator tersebut dianalisis menggunakan metode analisis faktor yang sudah dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29.0.2.0 for windows. Hasil analisis faktor menggunakan program SPSS versi 29.0.2.0 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 dan interpretasi faktor. Hasil dari loading faktor dari indikator pendorong menghasilkan delapan (8) faktor baru yang terbentuk. Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan maka faktor pendorong wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah sebagai berikut:

1. Faktor pertama diberi nama "*Self Fulfillment and Social Interaction*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 5,017. Faktor "*Self Fulfillment and Social Interaction*" terdiri atas empat pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Ingin mencari kesenangan diri sendiri, (2) Ingin memperbanyak relasi, (3) Lebih mengenal diri sendiri, (4) Menemukan inspirasi.
2. Faktor kedua diberi nama "*Family Bonds*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,761. Faktor "*Family Bonds*" terdiri atas tiga pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Ingin menghabiskan waktu dengan keluarga, (2) Mempererat hubungan keluarga dengan melakukan perjalanan bersama, (3) Ingin berbagi cerita dengan anggota keluarga yang jarang ditemui.
3. Faktor ketiga diberi nama "*Wish Fulfillment*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,539. Faktor "*Wish Fulfillment*" terdiri atas tiga pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Memiliki harapan untuk melakukan aktivitas wisata, (2) Mengunjungi tempat yang sudah lama ingin dikunjungi, (3) Melepas diri dari rasa jenuh.
4. Faktor keempat diberi nama "*Prestige*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 2,240. Faktor "*Prestige*" terdiri atas tiga pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Mendapat perhatian dari pengguna media sosial lainnya, (2) Meningkatkan eksistensi di media sosial, (3) Membagikan pengalaman liburan.
5. Faktor kelima diberi nama "*Romance Moment*" dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,435. Faktor "*Romance Moment*" terdiri atas dua pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Menghabiskan waktu dengan pasangan, (2) Mengabadikan momen istimewa dengan pasangan.
6. Faktor keenam diberi nama "*Escape from Rountinity and Having Fun*" dengan nilai

- eigenvalue* sebesar 1,336. Faktor “*Escape from Routinity and Having Fun*” terdiri atas dua pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Melepaskan diri dari rutinitas, (2) Ingin bersenang-senang
7. Faktor ketujuh diberi nama “*Relationship*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,207. Faktor “*Relationship*” terdiri atas dua pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Ingin bersosialisasi, (2) Ingin bertemu orang baru.
 8. Faktor kedelapan diberi nama “*Novelty Seeking*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,072. Faktor “*Novelty Seeking*” terdiri atas dua pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Mencari suasana baru, (2) Mengunjungi daya tarik wisata baru.

Faktor Penarik

Faktor penarik merupakan faktor yang terdapat pada daerah tujuan wisatawan yang memiliki kemampuan menarik wisatawan nusantara milenial berkunjung. Adapun indikator faktor penarik yang digunakan berjumlah 12 indikator yang disebarkan kepada 100 orang wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani. Kemudian 12 indikator tersebut dianalisis menggunakan metode analisis faktor yang sudah dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 29.0.2.0 for windows. Hasil analisis faktor menggunakan program SPSS versi 29.0.2.0 for windows terdapat 12 indikator yang dinyatakan sudah memenuhi syarat uji KMO, Bartlett's Test, uji MSA dan dilanjutkan dengan menentukan jumlah faktor, rotasi faktor dan interpretasi faktor. Hasil dari loading faktor dari indikator pendorong menghasilkan tiga (3) faktor baru yang terbentuk. Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan maka faktor penarik wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah sebagai berikut:

1. Faktor pertama diberi nama “*Services, Facilities and Location*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 3,876. Faktor “*Services, Facilities and Location*” terdiri atas lima pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Pelayanan untuk fasilitas yang diberikan cepat, (2) Pegawai/karyawan yang melayani dengan ramah, (3) Pilihan kamar serta makanan dan minuman yang beragam, (4) Lokasi Bobocabin Kintamani yang strategis, (5) Harga kamar serta makanan dan minuman yang terjangkau.

2. Faktor kedua diberi nama “*Static Factor*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,701. Faktor “*Static Factor*” terdiri atas tiga pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Cuaca yang cerah dan sejuk di Bobocabin Kintamani, (2) Fasilitas yang memadai, (3) Melihat keindahan sunrise dan pemandangan gunung dan danau Batur.
3. Faktor ketiga diberi nama “*Information*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,407. Faktor “*Information*” terdiri atas dua pernyataan pembentuknya, antara lain: (1) Menginap karena melihat ulasan baik di internet, (2) Mendapat informasi dari keluarga/teman.

Faktor Dominan

Faktor yang paling dominan mendorong wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin jika dilihat dari *eigenvalue* tertinggi dalam analisis faktor yakni faktor “*Self Fulfillment and Social Interaction*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 5,017 dan *persentase variance* sebesar 18,582% yang terdiri dari empat indikator, antara lain: (1) Ingin mencari kesenangan diri sendiri, (2) Ingin memperbanyak relasi, (3) Lebih mengenal diri sendiri, (4) Menemukan inspirasi.

Faktor “*Self Fulfillment and Social Interaction*” mengungguli faktor lainnya, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani terdorong untuk mencari kesenangan diri sendiri, memperbanyak relasi, mengenal diri sendiri serta menemukan inspirasi. Hasil ini sesuai karena Bobocabin Kintamani dapat menjadi tempat untuk memperoleh kesenangan diri sendiri, dengan pemandangan serta suasana alam yang tenang mampu memberikan ruang untuk mengenal diri sendiri serta menemukan inspirasi.

Faktor yang paling dominan dalam menarik wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani dapat dilihat dari *eigenvalue* tertinggi dalam analisis faktor yakni “*Services, Facilities and Location*” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 3,876 dan *persentase variance* sebesar 32,304% yang terdiri dari lima indikator, antara lain: (1) Pelayanan untuk fasilitas yang diberikan cepat, (2) Pegawai/karyawan yang melayani dengan ramah, (3) Pilihan kamar serta makanan dan minuman yang beragam, (4) Lokasi Bobocabin Kintamani yang strategis, (5) Harga kamar serta makanan dan minuman yang terjangkau. Faktor

"*Services, Facilities and Location*" mengungguli faktor lainnya, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani tertarik akan pelayanan, dan fasilitas yang disediakan, serta lokasi Bobocabin Kintamani yang strategis. Hasil ini sesuai karena pada *review* aplikasi *bobobox* mengatakan bahwa pelayanan yang diberikan di Bobocabin Kintamani sangat cepat dan ramah, serta pilihan kamar, makanan serta fasilitas lain yang tersedia di Bobocabin Kintamani sangatlah lengkap dan beragam. Selain itu, lokasi Bobocabin Kintamani sangat strategis yang menampilkan keindahan danau serta gunung Batur dari sudut pandang yang tepat sehingga memberikan kepuasan tersendiri bagi wisatawan.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi oleh wisatawan yang berasal dari daerah DKI Jakarta (31%) berjenis kelamin perempuan (57%), dengan sebagian besar memiliki usia 24-28 Tahun (63%) dengan status belum menikah (58%). Wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi oleh wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1) (72%) dan memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta (31%). Wisatawan nusantara milenial yang menginap ke Bobocabin Kintamani didominasi oleh wisatawan dengan pengeluaran berkisar antara Rp. 1.000.000-2.000.000 dan Rp. 2.001.000-3.000.000 (40%) dan sebagian besar menginap hanya sekali (89%) dengan durasi 1-2 hari (100%) selama menginap di Bobocabin Kintamani. Kemudian, wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani sebagian besar menggunakan jenis kendaraan Mobil (72%).

Berdasarkan faktor pendorong yang memotivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani dibagi menjadi delapan faktor antara lain: (1) *Self Fulfillment and Social Interaction*, (2) *Family Bonds*, (3) *Wish Fulfillment*, (4) *Prestige*, (5) *Romance Moment*, (6) *Escape from Routine and Having Fun*, (7) *Relationship*, (8) *Novelty Seeking*. Sedangkan faktor penarik yang memotivasi wisatawan nusantara milenial

menginap ke Bobocabin Kintamani terbagi menjadi 3 faktor yaitu: (1) *Services, Facilities and Location*, (2) *Static Factor*, (3) *Information*.

Faktor yang paling dominan mendorong motivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah faktor *Self Fulfillment and Social Interaction* yang terdiri dari: (1) Ingin mencari kesenangan diri sendiri, (2) Ingin memperbanyak relasi, (3) Lebih mengenal diri sendiri, (4) Menemukan inspirasi. Sedangkan faktor yang paling dominan menarik motivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani adalah faktor *Services, Facilities and Location* yang terdiri dari: (1) Pelayanan untuk fasilitas yang diberikan cepat, (2) Pegawai/karyawan yang melayani dengan ramah, (3) Pilihan kamar serta makanan dan minuman yang beragam, (4) Lokasi Bobocabin Kintamani yang strategis, (5) Harga kamar serta makanan dan minuman yang terjangkau.

Saran

Adapun saran praktis bagi pihak Pengelola Bobocabin Kintamani diharapkan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan menginap ke Bobocabin Kintamani, seperti Kintamani menambahkan area khusus untuk spot foto, serta lebih gencar melakukan promosi melalui media sosial dengan ide-ide yang lebih menarik atau dengan bekerja sama dengan *influencer* untuk melakukan promosi di media sosial. Selain itu juga diharapkan mempertahankan dan meningkatkan *Services, Facilities and Location* yang menjadi faktor penarik yang paling dominan memotivasi wisatawan nusantara milenial menginap ke Bobocabin Kintamani.

Adapun saran Saran bagi akademi bagi peneliti selanjutnya, agar penelitian ini dapat dijadikan acuan maupun referensi dalam penelitian selanjutnya dan perlunya dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai motivasi wisatawan mancanegara menginap ke Bobocabin Kintamani karena wisatawan nusantara dengan wisatawan mancanegara memiliki karakteristik, faktor pendorong dan penarik yang berbeda dalam menginap ke Bobocabin Kintamani.

Kepustakaan

- Awaritefe, O., 2004. Motivation and other considerations in tourist destination choice: A case study of Nigeria. *Tourism geographies*, 6(3), pp.303-330.
- Azman, N.A.N.M.N., Abd Rahman, N.H., Sawari, S.S.M., Abas, S.A. and Latif, S.A.A., 2021. The Tourists' spatial Behaviour And Tourist Movement Pattern In Muar Johor. *Planning Malaysia*, 19.
- Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Aneisy Audeslina; Sudana, I Putu; Sasrawan Mananda, IGPB.. 2024. Faktor Yang Mempengaruhi Motivasi Wisatawan Nusantara Berkunjung Ke Pantai Pasut, Tabanan. *Jurnal IPTA*, 11(2), 47-54. ISSN 2548-7930.
- Jayadi, E.K., Mahadewi, N.P.E. and Mananda, I.G.S., 2017. Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl, Ungasan, Kuta Selatan, Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata ISSN*, 1410, p.3729.
- Kyriakaki, A., Stavrinoudis, T. and Daskalopoulou, G., 2020. Investigating the key factors influencing the international tourists' decision-making on choosing a destination. In *Cultural and Tourism Innovation in the Digital Era: Sixth International IACuDiT Conference, Athens 2019* (pp. 335-352). Springer International Publishing.
- Pitana, I Gde dan Putu G. Gayatri, 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pradhan, B., A Survey of Push and Pull Motivational Factors of Domestic Tourists Visiting Kolkata Region.
- Strauss, W., & Howe, N. (2009). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Book.
- Suwena, Ketut & I Gd. Ngurah Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.