

## ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK WISATAWAN BERKUNJUNG KE LABUAN BAJO, KABUPATEN MANGGARAI BARAT

Susana Santi Jaimun<sup>1</sup>, I Wayan Suardana<sup>2</sup>, I Ketut Suwena<sup>3</sup>

Email: shantijaimun0604@gmail.com<sup>1</sup>, suar.dana@yahoo.co.id<sup>2</sup>, suwenaketut31@gmail.com<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Sarjana Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

**Abstract:** Labuan Bajo is one of the 10 priority destinations, which the Government is currently focusing on in developing both its attraction and facilities that support the sustainability of the tourism activities. To support this government policy, Labuan Bajo regional tourism actors must understand the needs of tourists and develop and maintain existing tourist attractions, so that they can attract tourists to visit. The purposes of this research are to analyze the push and pull factors that motivate the tourist traveled to Labuan Bajo. The sampling technique used purposive sampling by distributing 100 questionnaires via google form to tourist who have visited Labuan Bajo. The data was used the likert scale model questionnaire which was calibrated using the coefficient 0,5. The data analysis technique is descriptive quantitative using factor analysis and processed by the application SPSS 23.0 for windows. The data collection technique are interviews, observation, literature and questionnaires. The results showed were four factors that push tourists to visit Labuan Bajo, namely Escape, novelty, prestige, and looking for luxurious and exclusive places and seven factors that pull tourists to visit Labuan Bajo, namely hunting, culture and history, budget, facilities, ease to travel, affordable food and beverage prices as well as cleanliness and safety of facilities. The dominant factor that push tourists to visit Labuan Bajo is the escape factor with an eigenvalue 2,029 with a diversity of indicators of 16,912%, while the dominant factor that pull tourists to visit Labuan Bajo is hunting with an eigenvalue of 2,554 and a diversity of indicators of 13,441%.

**Abstrak:** Labuan Bajo merupakan salah satu dari 10 destinasi prioritas, yang sedang difokuskan Pemerintah dalam pengembangannya, baik dari daya tarik wisata serta fasilitas yang mendukung keberlangsungan kegiatan pariwisata tersebut. Dalam mendukung kegiatan Pemerintah tersebut pelaku pariwisata Labuan Bajo harus memahami motivasi yang mendorong dan menarik wisatawan, kebutuhan wisatawan serta mengembang dan menjaga daya tarik wisata yang ada. Sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui faktor pendorong dan penarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo. Teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling dengan menyebarkan 100 kuesioner melalui *google form*. Data yang digunakan kuesioner model skala likert yang dikalibrasikan memakai uji validitas dan uji reliabilitas dihitung dengan memakai koefisien alpha caonbach 0,5. Teknik analisis data adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan analisis faktor dan diolah dengan aplikasi SPSS 23.0 *for windows*. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, kepustakaan dan kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa terdapat empat faktor yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo yaitu Escape, Novelty, Prestige dan mencari tempat mewah/eksklusif. Sedangkan terdapat 7 faktor yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo yaitu, *Hunting, culture and history, budget, facilities, ease to travel*, harga makanan dan minuman terjangkau serta kebersihan dan keamanan fasilitas. Faktor dominan yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo adalah faktor *escape* dengan *eigenvalue* 2.029 dengan keberagaman indikator sebesar 16.912%, sedangkan faktor dominan yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo adalah *hunting* dengan *eigenvalue* 2.554 serta keberagaman indikator sebesar 13.441 %.

**Keywords:** labuan bajo, tourist, push factor, pull factor.

## PENDAHULUAN

Sejak Presiden Joko Widodo menetapkan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan pembangunan nasional, perkembangan pariwisata di Indonesia semakin maju. Hal ini dapat dilihat dalam branding *wonderful Indonesia*, dimana posisi pariwisata Indonesia di mata dunia berada pada peringkat ke-50 tahun 2015. Laporan resmi *world economic forum* menyebutkan bahwa Indonesia berhasil naik delapan peringkat yakni posisi 42 pada periode 6 April 2017, yang sebelumnya diperingkat 70 dari 141 negara tercatat tahun 2013. Berkembangnya sektor pariwisata disuatu negara atau daerah akan menarik sektor lain, karena produk-produknya diperlukan menunjang industri pariwisata. Oleh karena itu, pemerintah daerah harus mengupayakan untuk mengembangkan daya tarik wisata yang ada sehingga dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daya tarik wisata tersebut. Banyak faktor yang memotivasi orang melakukan perjalanan wisata. Menurut Yoon dan Uysal (2005), motivasi pendorong lebih berkaitan dengan aspek emosional internal sedangkan motivasi penarik berhubungan dengan aspek eksternal situasional atau kognitif. Disisi lain, faktor pendorong (*push factor*) adalah keinginan intrinsik dari wisatawan, seperti keinginan untuk melarikan diri dari rutinitas, istirahat dan relaksasi, kesehatan dan kebugaran, petualang, prestise dan interaksi sosial. Sedangkan, faktor penarik (*pull factor*) mencakup faktor yang muncul sebagai akaibat dari daya tarik destinasi wisata. Misalnya, pantai, fasilitas rekreasi dan tempat bersejarah, persepsi wisatawan dan harapan seperti sesuatu yang baru, keuntungan yang diharapkan serta citra pemasaran destinasi wisata tersebut, (Yoon dan Uysal, 2005)

Kota Labuan Bajo merupakan Ibu kota Kabupaten Manggarai Barat. Letak geografis Labuan Bajo berada di bagian Barat Pulau Flores, menjadikan Labuan Bajo sebagai pintu masuk bagian Barat Pulau Flores. Labuan Bajo dikelilingi oleh gugus pulau kecil dengan perairan lautnya. Pemandangan pantai telah menjadi daya tarik baru di dunia pariwisata dan sangat potensial diminati wisatawan. Kekuatan Labuan Bajo adalah keberadaan Taman Nasional Komodo yang telah dijadikan daya tarik wisata kelas dunia. Labuan Bajo ditetapkan sebagai 10 Bali baru karena potensi alam yang dimilikinya. Kementerian pariwisata menetapkan Labuan Bajo sebagai 10 destinasi prioritas merupakan

salah satu strategi pemerintah dalam mendongkrak kunjungan wisatawan. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo setiap tahunnya, seperti pada tabel berikut

**Tabel 1.** Jumlah Kunjungan Wisatawan di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat 2015-2019

No	Tahun	Jumlah kunjungan (orang)	Pertumbuhan (%)
1	2015	61.257	36,7%
2	2016	83.712	33,5%
3	2017	111.749	45,8%
4	2018	162.9884	14,8%
5	2019	187.098	
Total		606.800	
Rata-rata pertumbuhan			28%

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Manggarai Barat, 2019.

Berdasarkan tabel 1 diketahui bahwa kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggrai Barat selama lima tahun terakhir mengalami peningkatan di rata-rata pertumbuhan 28%. Meskipun sudah menarik banyak wisatawan, pengembangan pariwisata Labuan Bajo masih memiliki kendala, seperti disampaikan kepala dinas pariwisata Kabupaten Manggarai Barat Bapak Agustinus Rinus bahwa, Labuan Bajo sebagai pintu masuk ke Taman Nasional Komodo memang direncanakan untuk menjadi wisata premium, namun ada beberapa realita yang menjadi kendala. Misalnya, tawaran atraksi wisata yang masih minim sehingga kunjungan ke Labuan Bajo masih identik dengan hanya melihat komodo. Kemudian pemandangan kurang menarik di beberapa titik penting di Labuan Bajo bertebaran sampah menandakan karakter pariwisata dari masyarakat Labuan Bajo masih kurang. Krisis air minum seringkali terjadi di Labuan Bajo terutama saat musim kemarau. Perkara infrastruktur dan retribusi, yang mengkoneksikan satu tempat ke tempat lain, serta ketersediaan sarana dan prasarana. Sumber daya manusia, konflik agraria atau sengketa lahan dan ketersediaan pusat oleh-oleh atau buah tangan. Hal ini menandakan bahwa ada persoalan mendasar yang harus mendapat penanganan cepat di destinasi pariwisata Labuan Bajo.

Berdasarkan hal tersebut pengelolaan pariwisata bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilaksanakan, karena banyak faktor yang mempengaruhinya. Ada dua sisi yang harus diperhatikan dalam usaha tersebut yaitu wisatawan sebagai pengguna jasa dan pelaku pariwisata ( Masyarakat Lokal, *stakeholder* dan Pemerintah) sebagai penyedia jasa pariwisatanya. Melihat semua kondisi terkait pelayanan yang diberikan dan disediakan di daya tarik wisata Labuan Bajo, penelitian bermaksud mengetahui faktor pendorong dan penarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat hasil nantinya akan dijadikan bahan evaluasi dan dasar untuk pengelolaan dan pengembangan pariwisata Labuan Bajo ke depannya, memberikan kontribusi dan tambahan informasi bagi pihak terkait guna pengembangan dan peningkatan kinerja komponen pariwisata Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Secara operasional, variabel yang diteliti adalah motivasi wisatawan berkunjung dari dua sub variabel yaitu; Faktor pendorong dan Faktor penarik. Terdapat dua sub variabel utama yaitu; Faktor pendorong dengan 13 indikator dan Faktor penarik dengan 19 indikator. Di antaranya, melepaskan diri dari rasa jenuh (X1), melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (X2), merasakan relax, segar dan memanjakan diri (X3), penyegaran fisik dan mental (X4), menghabiskan waktu liburan (X5), mencari tempat mewah dan eksklusif (X6), menceritakan pengalaman berkunjung kepada teman atau keluarga (X7), menunjukkan eksistensi dengan mengunjungi Pulau Komodo yang mendunia (X8), menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga (X9), melakukan interaksi dengan masyarakat lokal (X10), merayakan bulan madu dengan pasangan (X11), menikmati sesuatu yang baru dan menarik (X12), melihat dan mencoba gaya hidup baru dan berbeda (X13), melihat budaya dan tradisi yang berbeda (X14), bangunan bersejarah (X15), mempelajari budaya dan bahasa setempat (X16), pemandangan alam yang indah (X17), udara yang bersih dan sejuk (X18), cuaca yang bersahabat (X19), kelengkapan fasilitas yang mendukung (X20), keamanan dan kebersihan fasilitas di daya tarik wisata (X21), variasi aktivitas wisata yang ada

(X22), berwisata karena ada acara tertentu (X23), daerahnya cocok untuk berpetualang (X24), banyak spot *instagramable* (sedang populer) (X25), ketersediaan paket wisata di sekitar kawasan wisata (X26), ketersediaan informasi mengenai Labuan Bajo melalui media sosial (X27), kemudahan akses menuju daya tarik wisata (X28), harga masuk ke daya tarik wisata terjangkau (X29), harga makanan dan minuman terjangkau (X30), Harga aktivitas terjangkau (X31) dan harga akomodasi terjangkau (X32). Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif dan kuantitatif. Sumber data yaitu data primer dan sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, kuesioner dan kepustakaan. Teknik penentuan sampel adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 orang, menggunakan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis faktor dengan menggunakan bantuan *SPSS versi 23.0 for windows*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Wisatawan yang Berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat

Hasil kuesioner yang disebarkan kepada 100 orang wisatawan, yang sudah berkunjung ke Labuan Bajo didominasi oleh wisatawan yang berjenis kelamin laki-laki dengan persentase 57%, dengan rentang usia 21-25 tahun (33%) dan kelompok umur 26-30 (28%). Daerah asal wisatawan nusantara yang mendominasi adalah Jakarta dengan persentase 16% dan daerah asal wisatawan mancanegara yang mendominasi adalah negara *Germany* dengan persentase 18%.

### Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk menguji apakah instrument penelitian atau tiap butir kuesioner benar-benar valid. Ketentuan suatu instrument dikatakan valid apabila nilai korelasi  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel Sugiyono (2012), dan dikatakan reliabel jika  $\alpha$  *cronbach*  $\geq$  0,6. Ardana (2016). Hasil penelitian menunjukkan dari 13 indikator faktor pendorong dan 19 indikator faktor penarik memiliki nilai  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel (0,279) berdasarkan *product moment pearson* item kuesioner penelitian dinyatakan valid. Pada uji realibilitas yang telah dilakukan dengan rumus  $\alpha$  *cronbach*, diketahui bahwa seluruh indikator variabel memiliki nilai koefisien  $\alpha$  yang lebih besar dari 0,6 yaitu

faktor pendorong 0,602 dan faktor penarik 0,69, dengan demikian indikator dalam kuesioner dinyatakan *reliable*

### Analisis Faktor

Analisis faktor merupakan *independent technique* yaitu teknik analisis *multivariate* untuk melacak (*exploratory*) hubungan dari seluruh *independent variable* (butir item) dengan variabel lainnya.

#### 1. Merumuskan masalah

Teori yang digunakan adalah teori motivasi yang difokuskan pada variabel faktor pendorong dan penarik dari Yuan & McDonald, 1990 (dalam Lay, 2014). Jumlah variabel utama yang diteliti adalah dua variabel yaitu Faktor pendorong wisatawan yang terdiri dari 13 indikator dan faktor penarik wisatawan yang terdiri dari 19 indikator, dengan jumlah responden 100 orang yang terdiri dari 50 orang wisatawan nusantara dan 50 orang wisatawan mancanegara yang disebarkan dengan menggunakan kuesioner melalui *google form*.

#### 2. Membuat Matrik Korelasi

Dalam membuat matriks korelasi diidentifikasi variabel-variabel lain sehingga dapat dikeluarkan dari analisis. Analisis faktor dianggap layak jika besaran KMO  $\geq 0,5$  dan Uji *Measure of Sampling* (MSA) yang digunakan untuk mengukur derajat korelasi antara variabel dengan kriteria MSA  $\geq 0,5$ . Sedangkan tingkat probabilitas (*sig*) harus lebih kecil atau sama dengan 5% (0,05).

**Tabel 2.** Uji KMO dan Bartlett's Test Faktor Pendorong

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.559	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	107.638
	Df	78
	Sig.	.015

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa besarnya nilai Kaiser Meyer Olkin (KMO) = 0,559 menunjukkan bahwa nilai KMO > dari 0,50. *Bartlett's Test of Sphericity* yang diperoleh adalah 107.638 dengan signifikansi 0.015. Hasil ini menunjukkan bahwa antara

indikator pada faktor pendorong wisatawan telah terjadi korelasi (signifikansi < 0,05) sehingga model faktor dapat digunakan.

**Tabel 3.** Uji KMO dan Bartlett's Test Faktor Penarik

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy	.619	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	225.463
	Df	171
	Sig.	.003

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel dapat dijelaskan bahwa, besarnya nilai KMO = 0,619 menunjukkan bahwa nilai KMO lebih besar dari 0,5. *Bartlett's Test of Sphericity* yang diperoleh adalah 225,463 dengan signifikansi 0.003. Hasil ini menunjukkan bahwa antara indikator pada faktor penarik wisatawan telah terjadi korelasi (signifikansi < 0,05), sehingga model faktor dapat digunakan.

**Tabel 4.** Hasil Uji MSA Faktor Pendorong

Indikator	Nilai MSA
Melepaskan diri dari rasa jenuh (X1)	0,627
Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari (X2)	0,564
Merasakan relax, segar dan memanjakan diri (X3)	0,558
Penyegaran fisik dan mental (X4)	0,621
Menghabiskan waktu liburan (X5)	0,598
Mencari tempat mewah dan eksklusif (X6)	0,515
Menceritakan pengalaman berkunjung kepada keluarga atau teman (X7)	0,530
Menunjukkan eksistensi dengan mengunjungi Labuan Bajo yang mendunia menurut UNESCO (X8)	0,597
Menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga (X9)	0,512
Melakukan interaksi dengan masyarakat lokal (X10)	0,543
Merayakan bulan madu dengan pasangan (X11)	0,386
Menikmati sesuatu yang baru dan menarik (X12)	0,504
Melihat dan mencoba gaya hidup baru dan berbeda (X13)	556

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Hasil Uji MSA dari 13 indikator yang diamati dalam model terdapat satu indikator yang tidak memenuhi kriteria yaitu X11, dengan nilai MSA  $0,386 < 0,5$ . Maka, indikator ini dikeluarkan dari model, dan tersisa 12 indikator yang memenuhi kriteria.

**Tabel 5.** Uji MSA Faktor Penarik

Indikator	Nilai MSA
Melihat budaya dan tradisi yang berbeda (X14)	0,620
Bangunan bersejarah (X15)	0,734
mempelajari budaya dan Bahasa setempat (X16)	0,620
Pemandangan alam yang indah (X17)	0,628
Udara yang bersih dan sejuk (X18)	0,609
Cuaca yang bersahabat (X19)	0,670
Kelengkapan fasilitas yang mendukung (X20)	0,529
Keamanan dan kebersihan fasilitas di daya Tarik wisatanya (X21)	0,614
Variasi aktivitas wisata yang ada (X22)	0,614
Ada acara tertentu (X23)	0,621
Tempatnya cocok untuk berpetualang (X24)	0,689
<i>Spot instagramable</i> (sedang populer) (X25)	0,687
Ketersediaan paket wisata disekitar kawasan wisata (X26)	0,510
Ketersediaan informasi mengenai Labuan bajo melalui media sosial (X27)	0,502
Kemudahan akses menuju ke daya tarik wisata (X28)	0,526
Biaya masuk ke daya tarik wisata yang terjangkau (X29)	0,647
Harga makanan dan minuman disekitar kawasan wisata yang terjangkau (X30)	0,539
Harga aktivitas yang terjangkau (X31)	0,543
Harga akomodasi yang terjangkau (X32)	0,671

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Hasil uji MSA dari 19 indikator pada faktor penarik yang diamati dalam model telah memenuhi kriteria MSA  $\geq 0,5$  yang menunjukkan bahwa hubungan antar indikator sangat erat.

#### 1. Menentukan Jumlah Faktor

Penentuan jumlah faktor dilakukan untuk menentukan berapa banyak faktor yang terbentuk mewakili indikator yang diteliti. Penentuan jumlah faktor ini ditentukan

berdasarkan pada besarnya nilai *eigenvalue* dari setiap faktor yang muncul. Faktor utama yang dipilih adalah faktor yang mempunyai nilai *eigenvalue*  $\geq 1$ .

**Tabel 6.** Jumlah Faktor Pendorong

Component	Total Variance Explained					
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.029	16.912	16.912	2.029	16.912	16.912
2	1.514	12.618	29.530	1.514	12.618	29.530
3	1.466	12.219	41.749	1.466	12.219	41.749
4	1.126	9.380	51.128	1.126	9.380	51.128
5	.974	8.113	59.242			
6	.888	7.398	66.640			
7	.862	7.186	73.826			
8	.780	6.503	80.329			
9	.721	6.009	86.338			
10	.637	5.312	91.650			
11	.541	4.504	96.154			
12	.461	3.846	100.000			

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel, dapat diketahui bahwa terdapat empat faktor yang terbentuk dari 12 indikator yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat.

**Tabel 7.** Jumlah Faktor Penarik

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.554	13.441	13.441	2.554	13.441	13.441
2	1.965	10.340	23.781	1.965	10.340	23.781
3	1.598	8.411	32.192	1.598	8.411	32.192
4	1.427	7.511	39.703	1.427	7.511	39.703
5	1.358	7.147	46.850	1.358	7.147	46.850
6	1.149	6.048	52.897	1.149	6.048	52.897
7	1.049	5.521	58.419	1.049	5.521	58.419
8	.964	5.076	63.495			
9	.847	4.456	67.951			
10	.819	4.310	72.261			
11	.793	4.176	76.437			
12	.717	3.775	80.212			
13	.642	3.380	83.592			
14	.612	3.221	86.813			
15	.585	3.077	89.890			
16	.533	2.806	92.696			
17	.491	2.583	95.279			
18	.477	2.509	97.788			
19	.420	2.212	100.000			

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel dapat diketahui bahwa dari 19 indikator yang memenuhi kriteria terbentuk 7 faktor baru yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat.

1. Rotasi Faktor

Rotasi Faktor merupakan langkah yang dilakukan untuk menyederhanakan matrik faktor. Matrik faktor yang terbentuk masih harus diidentifikasi lebih lanjut, sehingga perlu dilakukan rotasi faktor untuk mengetahui hasil yang lebih terstruktur dan lebih sederhana menggunakan metode *varimax*

**Tabel 8.** Rotasi Faktor Pendorong

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>				
	Component			
	1	2	3	4
X1	<b>.683</b>	.043	.170	-.092
X2	<b>.620</b>	.289	.149	-.122
X3	<b>.559</b>	.117	-.176	.329
X4	.238	<b>.615</b>	-.044	.015
X5	.243	.124	.190	<b>.673</b>
X6	-.157	-.010	-.150	<b>.726</b>
X7	.021	.264	<b>.713</b>	-.208
X8	-.229	<b>.598</b>	.353	.239
X9	.207	-.080	<b>.708</b>	-.053
X10	<b>.557</b>	-.401	.027	.161
X12	-.010	-.145	<b>.523</b>	.160
X13	.065	<b>.691</b>	-.119	.029

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa faktor pendorong wisatawan dengan 12 indikator yang telah dirotasi semuanya memenuhi kriteria dengan nilai loading factor lebih dari 0,5, diantaranya; faktor pertama terdiri atas X1 (berwisata karena ingin melepaskan diri dari rasa jenuh), X2 (Berwisata Karena ingin melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari), X3 (Berwisata karena ingin meraakan relax, segar dan memanjakan diri) dan X10 (Berwisata untuk melakukan interaksi dengan masyarakat lokal). Faktor kedua terdiri atas; X4 (Berwisata untuk penyegaran fisik dan mental), X8 (Berwisata untuk menunjukkan eksistensi dengan mengunjungi Labuan Bajo yang mendunia menurut UNESCO) dan X13 (Berwisata untuk melihat dan mencoba gaya hidup baru dan berbeda). Faktor ketiga yang terdiri atas; X7 (Berwisata untuk menceritakan pengalaman berkunjung kepada teman atau keluarga), X9 (Berwisata untuk menghabiskan waktu bersama teman) dan X12 (Berwisata untuk menikmati sesuatu yang baru dan menarik) dan faktor keempat terdiri atas; X5 (Berwisata untuk menghabiskan waktu liburan) dan X6 (Berwisata untuk mencari tempat mewah dan eksklusif).

**Tabel 9.** Rotasi Faktor Penarik

Rotated Component Matrix <sup>a</sup>							
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
X14	-.052	.316	.298	.105	.141	-.617	.023
X15	.047	.324	.447	.057	.228	-.050	.158
X16	.044	<b>.807</b>	-.022	.032	.058	.038	.085
X17	<b>.682</b>	-.101	-.076	-.076	-.194	-.237	-.089
X18	.206	.176	.049	.224	-.263	.071	<b>.631</b>
X19	<b>.616</b>	.025	-.061	.168	.052	.402	.106
X20	.051	.141	-.147	<b>.747</b>	-.203	-.005	.046
X21	-.142	.125	.073	-.168	.165	-.106	<b>.708</b>
X22	.386	-.431	.091	.032	.076	-.029	.429
X23	-.143	<b>.618</b>	.011	.131	-.191	-.284	.088
X24	.408	-.121	-.279	.245	-.092	-.140	.006
X25	<b>.718</b>	-.005	-.032	-.107	.179	.040	.033
X26	.149	.060	.062	.028	<b>.747</b>	.050	.008
X27	-.156	-.147	-.283	.495	.230	.237	.408
X28	-.018	.017	.410	<b>.655</b>	.254	-.106	-.164
X29	.416	.126	.095	.090	-.562	.204	-.051
X30	-.094	.074	.365	.028	.026	<b>.707</b>	-.040
X31	-.181	-.206	<b>.775</b>	-.061	-.198	.079	.029
X32	-.089	.463	.446	-.136	.284	.114	.082

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Berdasarkan Tabel 9 dapat diketahui bahwa faktor penarik wisatawan dari 19 indikator yang telah dirotasi, terdapat 12 indikator yang memenuhi kriteria, dan 7 indikator tidak memenuhi kriteria. Ketujuh indikator yang tidak memenuhi kriteria ini memiliki nilai *loading factor* tidak mencapai 0,5, yaitu indikator X14 (Berwisata melihat budaya dan tradisi yang berbeda), X15 (Berwisata karena bangunan bersejarah), X22 (Berwisata karena variasi aktivitas yang ada), X24 (berwisata karena tempatnya cocok untuk berpetualang), X27 (Berwisata karena ketersediaan informasi mengenai Labuan Bajo melalui media sosial), X29 (Berwisata karena biaya masuk ke daya tarik wisata terjangkau) dan X32 (Berwisata karena harga akomodasi terjangkau). Sedangkan indikator yang memenuhi kriteria membentuk 7 faktor baru di antaranya: faktor pertama terdiri atas X17 (Berwisata karena pemandangan alam yang indah), X19 (Berwisata karena cuaca yang bersahabat) dan X25 (Berwisata karena banyak spot instagramable (sedang populer). Faktor kedua terdiri atas; X16 (Berwisata karena ingin mempelajari budaya dan bahasa setempat) dan X23 (Berwisata karena ada event-event tertentu). Faktor ketiga yaitu X31 (Berwisata karena aktivitas yang terjangkau). Faktor keempat terdiri atas; X20 (Berwisata karena kelengkapan

fasilitas yang mendukung) dan X28 (Berwisata karena kemudahan akses menuju daya tarik wisata) . Faktor kelima yaitu X26 (Berwisata karena ketersediaan paket wisata disekitar kawasan wisata). Faktor keenam yaitu X30 (Berwisata karena harga makanan dan minuman di sekitar kawasan yang terjangkau) dan Faktor ketujuh terdiri atas X18 (Berwisata karena udara yang bersih dan sejuk) dan X21 (Berwisata karena keamanan dan kebersihan fasilitas di daya tarik wisatanya).

### Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor dapat dilakukan dengan mengelompokkan variabel yang memiliki loading factor (korelasi antara variabel dengan faktor yang terbentuk). Maka dapat dijelaskan bahwa semakin tinggi loading factor maka semakin erat juga hubungan antara indikator dengan faktor tersebut. Interpretasi faktor berfungsi untuk mengelompokkan indikator yang memiliki nilai loading factor minimal 0,5, sementara indikator yang memiliki loading factor kurang dari 0,5 akan dikeluarkan dari model

**Tabel 10.** Faktor Pendorong Baru Wisatawan

No	Nama Faktor	Nama Indikator	Eigenvalue	Loading faktor	Persentase Variance
1	Escape	X1 Berwisata karena ingin melepaskan diri dari rasa jenuh	2.029	683	16.912
		X2 Berwisata karena ingin melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari		620	
		X3 Berwisata karena ingin merasakan relax, segar dan memanjakan diri		559	
		X10 Berwisata untuk melakukan interaksi dengan masyarakat lokal		557	
2	Novelty	X13 Berwisata untuk mencoba dan melihat gaya hidup baru dan berbeda	1.514	691	12.618
		X4 Berwisata untuk penyegaran fisik dan mental		615	
		X8 Berwisata untuk menunjukkan eksistensi dengan mengunjungi Labuan Bajo yang mendunia menurut UNESCO		598	
3	Prestise	X7 Berwisata untuk menceritakan pengalaman berkunjung kepada keluarga atau teman	1.466	713	12.219
		X9 Berwisata untuk menghabiskan waktu bersama teman atau keluarga		708	
		X12 Berwisata untuk menikmati sesuatu yang baru dan berbeda		523	
4	Berwisata untuk mencari tempat yang mewah dan eksklusif	X6 Berwisata untuk mencari tempat yang mewah dan eksklusif	1.126	726	9.380
		X5 Berwisata untuk menghabiskan waktu liburan		673	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Faktor yang terbentuk diberi nama sesuai dengan variabel yang telah dikelompokkan, yang dapat diuraikan sebagai berikut

a. Faktor *escape*, penamaan faktor *escape* dikarenakan salah satu indikator pada sub variabel *escape* memiliki nilai loading factor tertinggi yakni 683 dengan *eigenvalue*

sebesar 2.029 dan total variance sebesar 16.912%.

- b. Faktor *Novelty*, penamaan faktor *novelty* dikarenakan salah satu indikator pada sub variabel *novelty* memiliki nilai loading factor tertinggi yakni 691 dengan *eigenvalue* sebesar 1.514 dan total variance sebesar 12.618%
- c. Faktor *Prestige*, penamaan faktor *prestige* dikarenakan salah satu faktor pada sub variabel *prestige* memiliki loading factor tertinggi yakni 713 dengan *eigenvalue* sebesar 1.466 dan total variance sebesar 12.219%
- d. Faktor mencari tempat mewah dan eksklusif, karena memiliki nilai loading factor tertinggi yakni 726 dengan *eigenvalue* sebesar 1.126 dan total variance sebesar 9.380%

**Tabel 11.** Faktor Penarik Baru Wisatawan

No	Nama Faktor	Nama Indikator	Eigenvalue	Loading faktor	Persentase Variance
1	Hunting	X25 Berwisata karena banyak spot instagramable	2.554	718	13.441
		X17 Berwisata karena pemandangan alam yang indah		682	
		X19 Berwisata karena cuaca yang bersahabat		616	
2	Culture and history	X16 Berwisata karena ingin mempelajari budaya dan bahasa setempat	1.965	807	10.340
		X23 Berwisata karena ada event-event tertentu		618	
3	Budget	X31 Berwisata karena harga aktivitas yang terjangkau	1.598	775	8.411
4	Facilities	X20 Berwisata karena kelengkapan fasilitas yang mendukung	1.427	747	7.511
		X28 Berwisata karena kemudahan akses menuju daya tarik wisatanya		655	
5	Ease to travel	X26 Berwisata karena ketersediaan paket wisata disekitar kawasan wisata	1.358	747	7.147
6		X30 Berwisata karena harga makanan dan minuman disekitar kawasan wisata yang terjangkau	1.149	707	6.048
7	Kebersihan dan keamanan fasilitas	X21 Berwisata karena kebersihan dan keamanan fasilitas	1.049	708	5.521
		X18 Berwisata karena udara yang bersih dan sejuk		631	

Sumber: Hasil Penelitian, 2020.

Faktor yang terbentuk diberi nama sesuai dengan variabel yang telah dikelompokkan, yang dapat diuraikan sebagai berikut

- a. Faktor *Hunting*, pemberian nama faktor *hunting* dikarenakan salah satu indikator pada sub variabel *hunting* yakni banyak *spot instagramable* memiliki nilai loading factor tertinggi yaitu 718 dengan *eigenvalue* sebesar 2.554 dan total variance sebesar 13.441%
- b. Faktor *Culture and History*, penamaan faktor ini disebabkan karena salah satu indikator pada sub variabel *culture and history* yakni berwisata karena ingin mempelajari budaya dan bahasa setempat memiliki nilai loading factor tertinggi yaitu 807 dengan loading

- factor sebesar 1.965 dan total variance sebesar 10.340%
- c. Faktor *Budget*, penamaan faktor *budget* dikarenakan salah satu indikator pada sub variabel *budget* yakni harga aktivitas yang terjangkau memiliki nilai loading factor tertinggi yaitu 775 dengan *eigenvalue* sebesar 1.598 dan total variance sebesar 8.411%
  - d. Faktor *Facilities*, penamaan faktor *facilities* dikarenakan indikator pada sub variabel *facilities* memiliki nilai loading factor tertinggi yaitu 747 dengan *eigenvalue* sebesar 1.427 dan total variance sebesar 7.511%
  - e. *Ease to travel*, diberi nama Faktor *ease to travel* dikarenakan salah satu indikator pada sub-variabel *Ease to Travel* yaitu berwisata karena ketersediaan paket wisata disekitar kawasan wisata, memiliki nilai *loading factor* tertinggi yakni 747 dengan *eigenvalue* sebesar 1.358 dan total variance sebesar 7.147%.
  - f. Harga makanan dan minuman terjangkau, diberi nama faktor ini karena memiliki nilai *loading factor* tertinggi yakni 707 dengan *eigenvalue* sebesar 1.149 dan total variance sebesar 6.048%.
  - g. Kebersihan dan keamanan fasilitas, Faktor ketujuh diberi nama Faktor ini karena memiliki nilai *loading factor* tertinggi yakni 708 dengan *eigenvalue* sebesar 1.049 dan total variance sebesar 5.521%.

### **Faktor pendorong dan penarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat**

Hasil analisis faktor menunjukkan bahwa dari 13 indikator tersebut satu indikator dinyatakan tidak memenuhi kriteria uji MSA sehingga dikeluarkan dari model penelitian. Kemudian 12 indikator tersisa menghasilkan empat faktor baru yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Adapun hasil faktor pendorong baru wisatawan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut

Faktor pertama yaitu *Escape* terdiri atas empat indikator, yaitu; 1) berwisata karena ingin melepaskan diri dari rasa jenuh, sebelum melakukan perjalanan wisata, wisatawan akan mencari referensi tentang destinasi yang dikunjungi. wisatawan melakukan perjalanan wisata dengan mencari suasana baru diluar tempat tinggalnya untuk melepaskan rasa jenuhnya dari aktivitas keseharian. Potensi wisata alam dan keunikan Labuan Bajolah

menjadi salah satu tempat yang cocok melepaskan rasa jenuh. 2) berwisata karena ingin melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari, keadaan hiruk pikuk suasana perkotaan dan aktivitas yang padat menyebabkan wisatawan nusantara melakukan perjalanan wisata dan memilih Labuan Bajo sebagai destinasi wisatanya. Ini disebabkan keadaan alam yang asri menjadi tempat yang cocok untuk wisatawan memanjakan diri dengan keindahan yang ditawarkan Labuan Bajo.3) berwisata karena ingin merasakan relax, segar dan memanjakan diri kekayaan alam yang dimiliki Labuan Bajo mampu menciptakan suasana yang sejuk dan segar sehingga cocok untuk wisatawan merelaksasikan pikiran, memanjakan diri. 4) berwisata untuk melakukan interaksi dengan masyarakat lokal, wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo selain karena salah satu daya tarik wisatanya yang mendunia yaitu Pulau Komodo, wisatawan juga dapat berinteraksi dengan masyarakat lokal

Faktor kedua yaitu *Novelty* terdiri atas tiga indikator, diantaranya; 1) berwisata untuk penyegaran fisik dan mental, selain mengunjungi pulau komodo, wisatawan mancanegara juga akan disuguhkan ragam panorama indah, padang sabana dan perbukitan, sehingga wisatawan bisa bersantai serta memanjakan diri dengan pemandangan yang indah tersebut untuk menyegarkan fisik maupun mental. 2) berwisata untuk melihat dan mencoba gaya hidup baru dan berbeda, kehidupan serta keadaan lingkungan wisatawan didaerah asalnya dengan kehidupan dan keadaan lingkungan di kawasan wisata Labuan Bajo tentunya sangat berbeda seperti kemacetan, kegiatan perindustrian serta jumlah penduduk yang padat, perbedaan inilah yang menjadikan segala sesuatu dialami oleh wisatawan saat berwisata ke Labuan Bajo merupakan hal yang baru. Wisatawan yang berkunjung ke Labuan Bajo disamping menikmati keindahan alam, mereka juga melihat rutinitas atau keseharian masyarakat di sekitar kawasan wisata. Misalnya didaya tarik wisata Liang dara setiap wisatawan yang berkunjung akan mengenakan *selendang songke* (selendang tenunan) , *towe songke* (sarung adat) serta bagi wisatawan laki-laki akan mengenakan *sapu* (destar). Selain itu ada beberapa hasil tenunan daerah yang dijarit kemudian digunakan sebagai baju dalam ajang Putri Indonesia tahun 2020, para finalis menggunakan beberapa hasil tenunan Flores saat berwisata ke Labuan Bajo. Ini merupakan suatu



*trend* atau gaya baru bagi mereka. 3) berwisata untuk menunjukkan eksistensi dapat mengunjungi Labuan Bajo yang mendunia menurut UNESCO. Ini berhubungan dengan faktor meningkatkan harga diri. Mengunjungi Labuan Bajo yang mendunia adalah salah satu pengakuan diri bagi wisatawan, serta menjadi suatu kebanggaan dan kepuasan tersendiri bagi mereka dengan prestasi yang dimiliki daya tarik wisata Labuan Bajo, diantaranya; menjadi salah satu dari 4 destinasi prioritas, sebagai wisata super premium dan eksklusif yang ditetapkan oleh Presiden RI Bapak Joko Widodo serta menjadi salah satu dari 10 destinasi Bali Baru, ditambah lagi dengan salah satu daya tariknya yang menjadi brand dunia yaitu Komodo (*Komodo Florensiensi*), di tetapkan oleh New7Wonders pada tanggal 12 November 2011 menjadi salah satu 7 keajaiban dunia

Faktor ketiga faktor *prestige* relaksasi terdiri atas tiga indikator, di antaranya; 1) berwisata untuk menceritakan pengalaman berkunjung kepada keluarga atau teman. Hal ini berkaitan dengan teori motivasi oleh Ryan (1999) yang menjelaskan bahwa mengunjungi destinasi menunjukkan kelas atau gaya hidup, menunjukkan eksistensi atau gengsi juga merupakan dorongan yang dapat meningkatkan status atau drajat sosial. Dengan mengunjungi daya tarik wisata Labuan Bajo yang sedang populer dengan potensi serta ketetapan pemerintah menjadikan Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas dan premium, menceritakan pengalaman berkunjung baik secara langsung maupun tidak (melalui unggahan di media sosial) ke Labuan Bajo menunjukkan eksistensi atau gengsi wisatawan kepada keluarga atau temannya. 2) berwisata untuk menghabiskan waktu bersama keluarga atau teman, 3) berwisata untuk menikmati sesuatu yang baru, wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk mendapatkan suasana yang baru dan menarik di daerah tujuan wisata

Faktor keempat yaitu faktor mencari tempat mewah dan eksklusif, diantaranya; 1) berwisata untuk mencari tempat mewah dan eksklusif, segala bentuk pelayanan dan fasilitas dikawasan wisata Labuan Bajo, keindahan dan keunikan yang dimilikinya diantaranya keindahan dibawa lautnya yang menjadikannya tempat *snorkeling* terbaik setelah Raja Ampat di Papua, menunggui Galapagos Amerika Serikat, Menurut CNN, pantai merah menjadi salah satu dari 7 di dunia, Pulau Komodo yang menjadi 7 keajaiban dunia menurut organisasi

New7Wonders pada tanggal 12 November 2011 serta garis pantai yang membentuk daratan dan lautan Labuan Bajo, serta kebijakan pemerintah dalam mengembangkan Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). 2) berwisata untuk menghabiskan waktu liburan, untuk memanfaatkan waktu liburan, begitupula dengan wisatawan mancanegara yang melakukan perjalanan wisata pada musim liburan.

Hasil analisis menyatakan bahwa dari 19 indikator menarik wisatawan yang terdapat 7 indikator yang tidak memenuhi kriteria MSA dan 12 indikator yang memenuhi kriteria. Kemudian indikator yang memenuhi kriteria tersebut membentuk 7 faktor baru yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat. Adapun hasil faktor penarik wisatawan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut

Faktor pertama yaitu *Hunting*, yakni dijabarkan perindikatornya: 1) berwisata karena *spot instagramable*, Labuan Bajo akhir-akhir ini menjadi destinasi pilihan *public figure* terkenal dari nusantara diantaranya Ruben Onsu, Anang Hermansya, Raffi Ahmad, Bunga Citra Lestari, Nia Rhamadani, Maia Estianty dan Ayu Ting-ting, (dikutip darikompasiana.com) serta *public figure* dari mancanegara diantaranya, pemain sepak bola Arjen Robben, Pembalap Morot GP Valantinoan Rossi dan pemain bola Zlatan Ibrahimovich. Dengan mempostingan beberapa foto di daya tarik wisata Labuan Bajo. Adanya *influancer* tersebut dapat menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. 2) berwisata karena pemandangan alam yang indah, menjadi keptutsan yang tepat jika wisatawan berkunjung karena tertarik dengan pemandangan alam yang indah Labuan Bajo. 3) berwisata karena cuaca yang bersahabat, Kabupaten Manggarai Barat beriklim tropis, pada bulan Juni sampai dengan September arus angin berasal dari Australia dan tidak banyak mengandung uap air sehingga mengakibatkan musim kemarau. Sebaliknya pada bulan Desember sampai Maret arus angin berasal dari Asia dan Samudera Pasifik yang menyebabkan musim hujan. Walau demikian mengingat Manggarai Barat dekat dengan Australia arus anging mengandung uap air dari Asia dan Samudra Pasifik sampai di wilayah Manggarai kandungan airnya sudah berkurang yang mengakibatkan hari hujan di Manggarai Barat lebih sedikit dibandingkan dengan wilayah yang lebih dekat dengan Asia. Hal ini menjadikan Manggarai Barat sebagai wilayah yang tergolong

kering dimana hanya 4 bulan (Januari sampai Maret dengan Desember) yang relatif basah dan 8 bulan sisanya relatif kering. Sehingga dengan cuaca yang seperti ini wisatawan mancanegara memiliki waktu yang banyak untuk berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. (manggarai.co.id)

Faktor kedua yaitu *culture and history* terdiri atas dua indikator. 1) berwisata karena ingin mempelajari budaya dan bahasa setempat, hal ini berkaitan erat dengan teori motivasi oleh McIntos (1977), Murphy (1985) dan Sharpley 1994 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:59) yang mengelompokkan motivasi menjadi 4 kelompok besar dan salah satunya *culture motivation*. Wisatawan yang berkunjung ke Labuan Bajo tertarik dengan budaya dan tradisi orang Manggarai. Hal ini dibuktikan dengan terlibatnya wisatawan (bule) pada beberapa acara besar masyarakat lokal seperti ‘*penti*’ (ucapan syukur hasil panen), mengenakan baju adat Manggarai saat berwisata ke beberapa daya tarik wisata di Desa Liang Ndara serta menggunakan bahasa manggarai saat berkomunikasi, seperti “enu” saapan untuk cewek dan “nana” saapan untuk laki-laki. 2) Berwisata karena ada acara tertentu, acara internasional yang diselenggarakan di Labuan Bajo yaitu *Tour De Flores pada tahun* memiliki *multifire effect* diantaranya meningkatnya kunjungan wisatawan.

Faktor ketiga yaitu *budget*, terdiri atas satu indikator. Berwisata karena harga aktivitas yang terjangkau. Alasan menyebabkan faktor ini menjadi faktor yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Berdasarkan *brand image* destinasi sebagai wisata populer dan salah satu daya tarik andalannya yang menjadi warisan dunia yaitu komodo versi UNESCO.

Faktor keempat yaitu *facilities* terdiri atas dua indikator 1) Berwisata karena kelengkapan fasilitas yang mendukung Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas. Pemerintah terus mendukung pembangunan dan fasilitas dengan meluncurkan beberapa program diantaranya Labuan Bajo *rebound* dengan protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability*). Lingkup kegiatan meliputi penguatan satpa pesona, revitalisasi amenitas dengan pengadaan barang pendukung CHSE, alat penunjang keamanan serta bimbingan teknis soal 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas). Presiden Joko Widodo mendukung pengembangan kawasan wisata Labuan Bajo

dengan percepatan pembangunan infrastruktur pendukung pariwisata, seperti pengembangan bandara di daerah tersebut, Pemerintah juga menyiapkan terminal multifungsi di daerah Wae Kelambu, Manggarai Barat, Labuan Bajo. Terminal multifungsi tersebut nantinya akan memisahkan aktivitas pariwisata dan bongkar muat peti kemas di Pelabuhan Labuan Bajo. Dengan dibangunnya terminal multifungsi tersebut nantinya Pelabuhan Labuan Bajo akan dikhususkan bagi kapal-kapal wisatawan yang akan bersandar dan berkunjung ke daerah itu. Presiden mengunjungi Labuan Bajo untuk melakukan percepatan pembangunan infrastruktur pariwisata di daerah tersebut. Kala itu, Kepala Negara memastikan akan melakukan penataan total di daerah Labuan Bajo agar menjadi semakin menarik bagi wisatawan. Salah satu penataan tersebut ialah mengenai pelabuhan khusus logistik yang akan dipersiapkan dan dipisahkan dari aktivitas di Pelabuhan Labuan Bajo. 2) Berwisata karena kemudahan akses menuju ke daya tarik wisatanya, akses saat berwisata ke Labuan Bajo tidak sesulit seperti yang dibayangkan, yang mungkin dalam pemikiran orang-orang Labuan Bajo adalah salah satu daya tarik wisata yang ada dibagaian Timur jadi akses menuju kesana agak susah. Kenyataannya akses menuju Labuan Bajo sangatlah mudah dengan peresmian Bandara Komodo sebagai Bandara Internasional oleh Presiden RI Bapak Joko Widodo pada 27 Desember tahun 2015 yang mana pembangunan ini memudahkan akses wisatawan untuk berkunjung ke Labuan Bajo termasuk penerbangan internasional serta dibukannya rute penerbangan baru pada tahun 2019 yaitu LBJ - JKT, LBJ - SBY dan LBJ – LOP. Kemudian untuk menuju daya tarik wisatanya cukuplah mudah, jarak antara bandara dengan pelabuhan sebagai *central point* menuju daya tarik wisata seperti Taman Nasional Komodo hanya ditempuh 10 menit bagi wisatawan yang memilih *overseas tour*, kemudian dari pelabuhan Bajo wisatawan menggunakan perahu menuju pulau yang mana sebegini besar daya tarik wisata Labuan Bajo berada di pulau seperti Pulu Komodo, Pulau Rinca, Pulau Padar, Pantai Pink, Pulau Kanawa dan lainnya dan untuk wisatawan yang memilih *overland tour* di Bandara sudah tersedia bus dan taxi yang dikelola oleh *travel agent*.

Faktor kelima yaitu faktor *ease to travel* terdiri dari satu indikator yaitu berwisata karena ketersediaan paket wisata disekitar kawasan

wisata. Beberapa alasan menyebabkan faktor ini menjadi faktor yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, yakni saat wisatawan nusantara berkunjung ke Labuan Bajo tidak akan mengalami kesulitan saat mencari paket wisata karena paket wisata tersedia sudah tersedia di *online travel agent* serta *offline travel agent* seperti *tourist* informasi yang tersedia mulai dari Bandara Komodo hingga menuju ke hotel anda akan temukan *tourist* informasi disepanjang jalannya.

Faktor keenam yakni faktor Harga makanan dan minuman yang terjangkau. Beberapa alasan menyebabkan faktor ini menjadi faktor yang menarik wisatawan nusantara berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, yaitu Tentunya, tidak cukup kalau eksplor satu kota baru tanpa mencoba kulinernya. Di Labuan Bajo, wisatawan bisa menikmati makanan khas Flores ataupun makanan autentik negara lain, sambil memanjakan mata dengan panorama alam yang indah. Labuan Bajo dikenal dengan pesona baharinya dan tentu saja komodo yang langka. Tapi selain itu, kuliner setempat seperti aneka olahan *seafood* patut untuk dicoba. Wisata kuliner cocok sekali dilakukan sore atau malam hari setelah menjelajah perairan sekitar Labuan Bajo. Salah satu lokasi yang asyik buat mencicipi kuliner setempat adalah Kampung Ujung. Letaknya strategis, bisa dicapai dengan jalan kaki dari pelabuhan dan naik ojek sekitar 10 menit saja dari Bandara Komodo. Lokasinya *outdoor* di pesisir Labuan Bajo, dengan gerobak-gerobak pedagang yang berjejer, haragnyapun cukup bervariasi dari 20 ribu hingga 50.000 per orangnya, dengan harga yang relatif cukup murah wisatawan bisa langsung merasakan ikan segar yang ditangkap oleh warga sekitar

Faktor ketujuh yaitu kebersihan dan keamanan fasilitas faktor kelengkapan fasilitas yang mendukung. yakni dijabarkan perindikatornya; 1) Berwisata karena keamanan dan kebersihan fasilitas di daya tarik wisatanya, dalam mendukung Labuan Bajo sebagai destinasi super prioritas pemerintah terus mendukung pembangunan dan fasilitas dengan meluncurkan beberapa program diantaranya Labuan Bajo *rebound* dengan menerapkan protokol CHSE (*Cleanliness, Health, Safety and Environmental Sustainability*) di berbagai destinasi dengan lingkup kegiatan meliputi penguatan satpa pesona, revitalisasi amenitas dengan pengadaan barang pendukung CHSE dan

alat penunjang keamanan serta bimbingan teknis soal 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amenitas). Dengan beberapa bentuk kegiatan tersebut diatas wisatawan nusantara yang berkunjung ke Labuan Bajo akan merasa aman dengan fasilitas dan kebersihan disetiap destinasi wisatanya. 2) Berwisata karena udara yang bersih dan sejuk, kegiatan Pembangunan di Kabupaten Manggarai Barat khususnya Labuan Bajo masih terhitung kurang, hal ini dibuktikan dengan tidak adanya bangunan tinggi, kegiatan pertambangan dan bahkan industri-industri manufaktur lainnya. Sekarang pemerintah hanya mefokuskan pada pada satu titik yaitu pengembangan industri pariwisata, sehingga udara yang dihasilkan masih bersih dan sejuk

### **Faktor dominan yang mendorong dan menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo Kabupaten Manggrai Barat**

Hasil analisis faktor pendorong wisatawan diperoleh empat faktor yang terbentuk dari 12 indikator sebagai indikator yang mendorong wisatawan nusantara berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Faktor yang terbentuk adalah faktor *escape* (16.912%), *novelty* (12,618%), *prestige* (12.219%) dan mencari tempat mewah dan eksklusif (9.380%). Keempat faktor tersebut, faktor yang dominan dalam memberikan kontribusi mendorong wisatawan nusantara berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat adalah faktor dengan nilai *eigenvalue* tertinggi. Berdasarkan *eigenvalue* tertinggi maka faktor dominan yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo adalah faktor *escape* dengan *eigenvalue* 2.029 dengan keberagaman indikator sebesar 16.912%. Faktor ini terdiri atas 4 indikator yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. empat (4) indikator tersebut terdiri dari (1) Berwisata karena ingin melepaskan diri dari rasa jenuh dengan *loading factor* 683, (2) Berwisata karena ingin melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari dengan *loading factor* sebesar 620, (3) Berwisata karena ingin merasakan relax, segar dan memanjakan diri dengan *loading factor* 559 dan (10) Berwisata untuk melakukan interaksi dengan masyarakat lokal dengan *loading factor* 557.

Hasil analisis faktor diperoleh tujuh faktor penarik wisatawan yang dari 19 indikator yang awalnya ditetapkan sebagai indikator penarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Faktor yang

terbentuk adalah faktor *hunting* (13.441%), *culture and history* (10.340%), *Budget* (8.411), *facilities* (7.511), *ease to travel* (7.147), harga makanan dan minuman terjangkau (6.048) dan kebersihan dan keamanan fasilitas (5.521). Faktor dominan dalam memberikan kontribusi menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat adalah faktor yang terbentuk dengan nilai *eigenvalue* tertinggi dari ketujuh faktor terbentuk. Berdasarkan *eigenvalue* tertinggi maka faktor dominan yang menarik wisatawan nusantara berkunjung ke Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat adalah faktor *hunting* dengan *eigenvalue* 2.554 dengan keberagaman indikator sebesar 13.441 %. Faktor ini terdiri dari 3 indikator yang menarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Indikator tersebut adalah (1) Berwisata karena banyak *spot instagramable* (sedang populer) dengan *loading factor* 718, (2) Berwisata karena pemandangan alam yang indah dengan *loading factor* 682 dan (3) Berwisata karena cuaca yang bersahabat dengan *loading factor* 616

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis terkait faktor pendorong dan penarik wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor yang mendorong wisatawan untuk berkunjung diantaranya 1) faktor *escape*, 2) faktor *novelty*, 3) faktor *prestige* dan faktor tempat mewah dan eksklusif dengan faktor dominan yang mendorong adalah faktor *escape* dengan *eigenvalue* sebesar 2.029 dan keberagaman variabel sebesar 16.912%. Analisis faktor penarik wisatawan menghasilkan 7 faktor baru yang mendorong wisatawan berkunjung ke Labuan Bajo Kabupaten Manggrai Barat, yaitu; 1) *Hunting*, 2) *Culture and history*, 3) *Budget*, 4) *Facilities*, 5) *Ease to tavel*, 6) Harga makanan dan minuman terjangkau dan 7) Kebersihan dan keamanan fasilitas dengan faktor dominan yang menarik wisatawan adalah faktor *hunting* dengan *eigenvalue* sebesar 2.554 dengan keberagaman indikator sebesar 13.441 %.

### Saran

Dari hasil penelitian yang dilakukan peneliti, terdapat saran yang dapat diberikan yaitu sebagai berikut:

1. Agar tetap menjaga dan mempertahankan faktor yang mendorong wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara dan faktor penarik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara yang berkunjung ke daya tarik wisata Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat. Pemerintah dan Pengelola juga harus memperhatikan beberapa indikator yang memiliki nilai *eigenvalue* rendah untuk memperbaiki sesuai apa yang diharapkan wisatawan
2. Akan lebih baik jika pemerintah dan pengelola pariwisata Labuan Bajo Kabupaten Manggarai Barat menambah variasi aktivitas diantaranya; adanya wisata *cycling* dikarenakannya banyaknya perbukitan yang bisa dimanfaatkan sebagai jalur *cycling*, adanya wisata malam seperti *club* dan *cafe* agar lama berkunjung (*length of stay*) dari wisatawan lebih lama.
3. Akan lebih baik jika pemerintah dan pengelola meningkatkan pembangunan perhotelan yang lebih memadai sesuai dengan permintaan wisatawan
4. Akan lebih baik jika disediakan pusat perbelanjaan khas oleh-oleh
5. Untuk peneliti selanjutnya perlu dilakukan penelitian tentang motivasi dan minat berkunjung ulang wisatawan. Untuk mengetahui seberapa besar ketertarikan wisatawan terhadap daya tarik wisata Labuan Bajo serta seberapa besar minat mereka berkunjung.

### **Kepustakaan**

ws-10-bali-baru-diperkenalkan-ke-selandia-baru-lewat-sales-mission

- Ardana, C., & Lukman, H. (2016). *Sistem Informasi Akutansi*. Jakarta: Mitra Wacana.
- Bagyono. (2014). *Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Alfabeta.
- Cooper et. al. 1993. *Tourism Principles & Practice. England* : Longman Group Limited
- Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Manggarai Barat. 2019. Data Kunjungan Wisatawan Labuan Bajo.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Keempat. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta : Salemba Empat
- Manik, G., Suwena, K., & Suardana, W. (2016). Faktor Pendorong Dan Penarik Wisatawan Backpacker Mancanegara Berwisata Ke Bali. *Jurnal Ipta*, 15-20.
- McIntosh. 1977. *Karakteristik Wisatawan*. Yogyakarta. Andi.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I Ketut dan I Gst Ngr Widyatmaja. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar : Pustaka Larasan.
- Suwena, Widyatmaja, 2010. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar : Udayana University Press
- Indonesia, W. (2018, 24 september). *10 Bali Baru Diperkenalkan ke Selandia Baru Lewat Sales Mission*. Diakses pada 24 februari 2020, dari kemenparekraf.go.id: <http://www.kemenparekraf.go.id/post/ne>