

MOTIVASI WISATAWAN *MILLENNIAL* BERKUNJUNG KE DESA WISATA JATILUWIH KABUPATEN TABANAN

I Putu Andre Adi Putra Pratama¹, I Wayan Suardana², LGLK. Dewi³

Email: andreadiputra1@gmail.com¹, suar.dana@yahoo.co.id², leli_ipw@unud.ac.id³

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

Abstract: The millennial generation is a generation that is young and has more courage to travel in the new normal era compared to the generations above and below. Therefore, this study aims to determine the factors that influence the motivation of millennial tourists to visit Jatiluwih Tourism Village. This study uses descriptive quantitative data analysis with the confirmatory factor analysis method. The sampling technique was taken by purposive sampling with a total of 200 respondents from the millennial tourists who visited the Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency. The data collection using observation, questionnaires, and interviews. The data analysis technique used factor analysis which was assisted by using SPSS Version 26 for Windows. Five push factors influence the motivation of millennial tourists to visit Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency, namely: the desire to escape from routines, hobbies, enchant kinship and relationship, adventure, and prestige and four pull factors that influence the motivation of millennial tourists to visit Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency, namely: natural places, sanitation facilities, cleanliness, and tourist attractions. The factor of desire escape from routine becomes the dominant factor in encouraging millennial tourist to visit the Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency with an eigenvalue of 4,734 and percentage variance equal to (26.301%), while the factors natural places become the dominant factor in attracting millennial tourist to visit the Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency, with an eigenvalue value of 7.478 and percentage of variance (33.989%).

Abstrak: Generasi *millennial* merupakan generasi yang usia muda dan lebih berani berwisata pada era *new normal* dibandingkan dengan generasi di atasnya maupun dibawahnya. Oleh karena itu, studi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih. Studi ini menggunakan analisis data deskriptif kuantitatif dengan metode *confirmatory factor analysis*. Teknik penentuan sampel diambil secara *purposive sampling* dengan jumlah 200 responden wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik analisis data menggunakan analisis faktor yang dibantu dengan menggunakan *SPSS Versi 26 for Windows*. Terdapat lima faktor pendorong yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu: keinginan keluar dari rutinitas, hobi, mempererat hubungan dan kekerabatan, petualangan, serta gengsi dan terdapat empat faktor penarik yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu: tempat-tempat alami, fasilitas sanitasi, kebersihan, dan daya tarik wisata. Faktor keinginan keluar dari rutinitas menjadi faktor dominan dalam mendorong wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan dengan memiliki nilai eigenvalue sebesar 4,734 dengan persentase *variance* sebesar (26,301%), sedangkan faktor tempat-tempat alami menjadi faktor dominan dalam menarik wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 7,478 dengan persentase *variance* (33,989 %).

Keywords: millennial tourist, tourist motivation, factor analysis.

PENDAHULUAN

Wisatawan *millennial* merupakan sebutan bagi wisatawan yang lahir antara tahun 1982 hingga tahun 2000 dan juga dikenal sebagai generasi Y serta merupakan generasi yang saat ini telah berumur antara 18 tahun hingga 38 tahun (William Strauss & Neil, 2000). Menurut Kotler dan Keller (dalam Salsabila, 2019) generasi *millennial* merupakan generasi yang usia muda membuat generasi ini memiliki koneksi yang kuat dengan dunia digital. Hal ini menjadikan teknologi digital hadir dalam berbagai aspek untuk kehidupan sehari-hari, dimulai seperti pencarian informasi untuk penggunaan diri sendiri hingga kegiatan berwisata.

Pulau Bali menjadi daerah tujuan wisata bagi wisatawan *millennial* dan menempati urutan pertama sebagai daerah tujuan wisata terbaik di Asia dan paling diminati oleh wisatawan nusantara hingga wisatawan mancanegara (Tripadvisor, 2020). Berdasarkan hasil studi membuktikan bahwa daya tarik Bali untuk dikunjungi sebagai destinasi wisata adalah keunikan budaya dan keindahan alamnya (Rai Utama, 2016). Faktor terkenalnya Pulau Bali di dunia, menjadikan wisatawan memiliki motivasi dalam dirinya untuk melakukan perjalanan wisata atau berlibur ke Bali.

Menurut Sutrisno (2013:109) motivasi adalah “faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan suatu aktivitas tertentu, motivasi seringkali diartikan sebagai faktor pendorong perilaku seseorang”. Wisatawan di era modernisasi saat ini melakukan perjalanan wisata ke Bali ingin meraih beberapa manfaat setelah melakukan perjalanannya. Hal ini dapat ditinjau dari studi yang dilakukan oleh Parhusip (2018) yang berjudul “Wisatawan Milenial di Bali” yang menyatakan bahwa faktor pendorong wisatawan *millennial* berwisata ke Bali didominasi oleh keinginan *rest and relaxation* yaitu untuk bersantai sejenak, menikmati perjalanan, serta menikmati pemandangan alam yang ada di Bali.

Kabupaten Tabanan merupakan kabupaten yang terdapat di Provinsi Bali yang secara umum dikenal sebagai kabupaten yang memiliki daerah agraris dan dikenal sebagai kabupaten dengan nama “Lambung Padi Bali”. Kabupaten Tabanan terkenal akan budaya sistem dan organisasi pengairan sawah

atau “Subak” yang merupakan salah satu situs warisan dunia dan telah diakui oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO)* dan saat ini menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan, karena memiliki nilai-nilai budaya dan keindahan alam berupa terasering sawah sehingga subak pada di era saat ini tidak hanya berperan sebagai sistem dan organisasi pengairan sawah melainkan menjadi produk wisata yang dapat di kembangkan di Kabupaten Tabanan. Salah satu desa wisata yang saat ini menjadikan subak sebagai daya tarik wisata utamanya di Kabupaten Tabanan yaitu Desa Wisata Jatiluwih.

Desa Wisata Jatiluwih adalah desa yang terletak di Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan. Desa Wisata Jatiluwih terkenal dengan keindahan panorama alam pegunungan dan pemandangan persawahan yang indah. Sejak tahun 2015 hingga tahun 2019, Desa Wisata Jatiluwih mengalami fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. Namun pada tahun 2020, Desa Wisata Jatiluwih di instruksikan ditutup sementara sesuai Surat Edaran (SE) Nomor 556/1028/DISPAR tentang Pembatasan Kegiatan Keramaian Terkait Covid-19 pada tanggal 23 Maret 2020 hingga 19 Juli 2020 (NusaBali, 2020).

Fenomena yang terjadi pasca dibukanya kembali Desa Wisata Jatiluwih pada tanggal 20 Juli 2020, saat ini wisatawan mulai berwisata ke Desa Wisata Jatiluwih dan cenderung diminati oleh wisatawan *millennial* dengan melakukan kegiatan wisata mulai dari kegiatan wisata bersepeda, wisata swafoto hingga *touring* kendaraan motor bersama rombongan wisata. Wisatawan *millennial* cenderung memilih lokasi berwisata ke Desa Wisata Jatiluwih di era *new normal* dikarenakan desa ini memiliki pemandangan alam yang indah serta lokasinya jauh dari kemacetan lalu lintas dan polusi udara. Kemudian hal tersebut didukung oleh tersebarnya informasi berupa *spot* foto *instagramable* melalui media sosial sehingga hal ini menjadikan wisatawan memiliki motivasi untuk melakukan perjalanan wisata ke Desa Wisata Jatiluwih. Berdasarkan fenomena tersebut, menjadikan Desa Wisata Jatiluwih sebagai daya tarik wisata alam yang wajib dikunjungi di era *new normal* oleh

wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Bali.

Pasca diterapkannya era kenormalan baru atau era *new normal* yang mengakibatkan sebagian besar wisatawan *millennial* mulai memiliki motivasi untuk melakukan perjalanan wisata untuk keluar dari suasana jenuh dan sekedar relaksasi akibat dari pandemi COVID-19 yang mengharuskan mereka tetap berada di rumah. Di tengah kondisi wabah pandemi COVID-19, wisatawan *millennial* lebih cenderung berani melakukan perjalanan wisata, hal ini dibuktikan dari hasil survei *Bloom Consulting* yang menyatakan generasi *millennial* lebih berani berlibur pada era *new normal* dibandingkan dengan generasi di atasnya maupun dibawahnya (Travel Kompas, 2020).

Oleh karena itu studi tentang motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan perlu dilakukan untuk mengetahui dan memahami karakteristik wisatawan *millennial* serta motivasi wisatawan *millennial* dalam melakukan perjalanan wisata ke Desa Wisata Jatiluwih, Kabupaten Tabanan.

METODE

Lokasi studi ini dilakukan di Desa Jatiluwih, Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Variabel yang digunakan yaitu variabel karakteristik wisatawan serta variabel motivasi wisatawan yang dibagi menjadi dua sub variabel yaitu sub variabel faktor pendorong meliputi : *desire escape from routine, rest and relaxation, prestige, social, health and fitness, adventure* (Yoon & Uysal, dalam Woodside, 2008). Kemudian sub variabel faktor penarik meliputi : *natural & historical attraction, people, recreation facilities, food, marketed image of destination* (Uysal & Hagan, dalam Zeng, 2015).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini yaitu observasi, kuesioner dan wawancara. Teknik penentuan sampel diambil secara *purposive sampling* dengan total jumlah 200 responden wisatawan *millennial* nusantara (berdomisili luar Bali) dan wisatawan *millennial staycation* (berdomisili Bali) yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Dari total 200 responden mendapatkan hasil bahwa 103 responden

merupakan wisatawan *millennial* nusantara dan 97 responden merupakan wisatawan *millennial staycation* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih.

Teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini yaitu analisis deskriptif kuantitatif dengan metode *confirmatory analysis*. Kemudian dilanjutkan dengan analisis data menggunakan analisis faktor yang dibantu dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS Versi 26 for Windows*. Adapun tahapan dalam analisis faktor yaitu : uji kelayakan faktor yang terdiri dari uji KMO, *bartlett's test*, uji *measure of sampling adequacy*, menentukan jumlah faktor, rotasi faktor serta interpretasi faktor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Wisata Jatiluwih merupakan desa yang terletak di Kecamatan Penebel, Kabupaten Tabanan Provinsi Bali. Secara geografis Desa Jatiluwih merupakan desa dataran tinggi yang terletak di bawah lereng Gunung Batukaru dan berada 500-1500 meter dari permukaan laut dan Desa Jatiluwih memiliki luas sebesar 2.233 hektar. Desa ini terdiri dari delapan dusun atau banjar yang meliputi Banjar Kesambi, Kesambahan Kaja, Kesambahan Kelod, Jatiluwih Kawan, Jatiluwih Kangin, Gunungsari Desa, Gunungsari Umakayu dan Gunungsari Kelod. Desa Wisata Jatiluwih dikenal dengan budaya sistem pengairan sawah yang disebut "Subak". Subak saat ini menjadi salah satu Situs Warisan Budaya Dunia telah diakui oleh *United Nations Educational, Scientific, Cultural Organization* (UNESCO) pada tahun 2012. Subak di Desa Jatiluwih yang diakui oleh UNESCO yaitu berjumlah 19 Subak dan bernama Subak "Catur Angga Batukaru". Saat ini situs warisan budaya UNESCO menjadi salah satu daya tarik bagi wisatawan dan menjadi ikon dari Desa Wisata Jatiluwih.

Karakteristik Wisatawan *Millennial* yang Berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berjenis kelamin perempuan dengan persentase 61,2 %. Kemudian, wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu

didominasi oleh wisatawan berjenis kelamin perempuan dengan persentase 57,7%. Wisatawan *millennial* berjenis kelamin perempuan cenderung melakukan perjalanan wisata untuk melakukan aktivitas swafoto di daya tarik wisata yang memiliki spot foto terkenal dengan menggunakan media sosial sebagai media untuk mengunggah foto mereka selama berwisata.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan memiliki umur 18 Tahun sampai 21 Tahun dengan persentase 49,5%. Kemudian, wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang memiliki umur 18 Tahun sampai 21 Tahun dengan persentase 72,9 %. Wisatawan dengan usia 18 tahun sampai 21 tahun telah memiliki kebutuhan untuk melakukan perjalanan wisata pada saat mewabahnya pandemi COVID-19 yang mengakibatkan mereka wajib berdiam diri di rumah (*stay at home*) sehingga mereka memiliki motivasi untuk melakukan perjalanan wisata maupun *staycation* ke Desa Wisata Jatiluwih.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang memiliki status belum menikah dengan persentase 83,5 %. Kemudian, wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang memiliki status belum menikah dengan persentase 92,8 %. Wisatawan yang memiliki status belum menikah cenderung memiliki waktu luang lebih banyak untuk melakukan perjalanan wisata maupun *staycation* dibandingkan wisatawan *millennial* yang memiliki status sudah menikah. Hasil studi ini didukung oleh hasil penyebaran kuesioner bahwa wisatawan *millennial* di Desa Wisata Jatiluwih memiliki pekerjaan sebagai pelajar, sehingga hal ini menjadikan wisatawan *millennial* yang memiliki status belum menikah mendominasi dalam studi ini.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan didominasi oleh wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan SMA atau SMK sederajat dengan persentase 52,4 %. Kemudian, wisatawan *millennial*

staycation di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan SMA atau SMK sederajat dengan persentase 58,8 %. Wisatawan *millennial* yang memiliki tingkat pendidikan SMA/SMK cenderung memiliki sikap untuk mengikuti tren berwisata alam pada era *new normal* yang dapat menjadi faktor yang mendorong mereka dalam mengunjungi daya tarik wisata alam yang dapat dijadikan tempat untuk menunjukkan eksistensi melalui hasil dokumentasi dan unggahan foto di media sosial.

Wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar atau mahasiswa dengan persentase 63 %. Kemudian, karakteristik wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar dengan persentase 81,4 %. Wisatawan *millennial* yang memiliki jenis pekerjaan sebagai pelajar, cenderung memiliki sikap rasa ingin tahu yang cukup tinggi untuk mengunjungi daya tarik wisata yang memiliki keunikan baik itu nilai-nilai sejarah maupun budaya seperti warisan budaya dunia UNESCO pada sistem pengairan sawah (Subak) di Desa Wisata Jatiluwih.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Provinsi Jawa Timur dengan persentase 39,8% dan sebagian besar berasal dari Kota Surabaya. Sedangkan, berdasarkan hasil studi mengenai karakteristik wisatawan *millennial* yang melakukan *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Kota Denpasar, Bali. Pasca dikeluarkannya S.E. Gubernur Bali No. 2021, Tahun 2020, mewajibkan memiliki keterangan uji negatif SWAB berbasis PCR bagi pengguna transportasi udara sehingga menyebabkan wisatawan *millennial* nusantara yang berasal dari Kota Surabaya (Provinsi Jawa Timur) lebih memilih jalur transportasi darat menuju Bali, untuk meminimalisir biaya perjalanan. Kemudian, wisatawan *millennial* yang melakukan aktivitas *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan *staycation* yang

berasal dari Kota Denpasar. Kota Denpasar merupakan salah satu kota yang memiliki kepadatan penduduk yang cukup tinggi di Provinsi Bali sehingga sebagian besar wisatawan *millennial* memiliki motivasi untuk melakukan aktivitas *staycation* ke Desa Wisata Jatiluwih yang bertujuan untuk keluar sejenak dari keramaian perkotaan.

Wisatawan *millennial* nusantara berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan, didominasi oleh wisatawan yang mengeluarkan biaya berwisata sebesar Rp.110.000 hingga Rp. 200.000 dengan persentase 33%. Sedangkan, wisatawan *millennial* yang melakukan aktivitas *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapat hasil yang berbeda yaitu wisatawan cenderung mengeluarkan biaya berwisata kurang dari Rp. 100.000 dengan persentase 57,7 %. Wisatawan *millennial* nusantara (berdomisili luar Bali) cenderung mengeluarkan biaya lebih dalam pengeluaran biaya untuk melakukan pembelian produk makanan restoran di Desa Wisata Jatiluwih selain pengeluaran untuk aktivitas wisata yang mereka lakukan di Desa Wisata Jatiluwih. Kecenderungan wisatawan *millennial* nusantara (berdomisili luar Bali) dalam pengeluaran biaya untuk produk makanan restoran di Desa Wisata Jatiluwih menjadi salah satu faktor tingginya pengeluaran selama berwisata di Desa Wisata Jatiluwih dibandingkan dengan wisatawan *millennial staycation* (berdomisili Bali) yang lebih melakukan pembelian di *coffee shop* maupun warung lokal.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan motor pribadi dengan persentase 35,9%. Kemudian, karakteristik wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan motor pribadi 75,3%. Hal ini dikarenakan sebagian dari aktivitas wisatawan *millennial* melakukan aktivitas wisata *touring* kendaraan bermotor di lingkungan Desa Wisata Jatiluwih. Selain itu kendaraan motor dapat mempermudah akses wisatawan *millennial* menuju Desa Wisata Jatiluwih dan hal ini dapat menjadi faktor pendukung yang mempengaruhi

banyaknya wisatawan menggunakan motor pribadi.

Karakteristik wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang melakukan aktivitas swafoto dengan persentase 53,4 %. Kemudian, wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang melakukan aktivitas wisata swafoto dengan persentase 52,6 %. Desa Wisata Jatiluwih memiliki atraksi wisata alam berupa terasering sawah dan keindahan alam pegunungan yang dapat dijadikan media dokumentasi untuk kegiatan aktivitas wisata swafoto oleh wisatawan *millennial*.

Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Jatiluwih melalui media sosial dengan persentase 50,3%. Kemudian, wisatawan *millennial staycation* di Desa Wisata Jatiluwih mendapatkan hasil yang sama yaitu didominasi oleh wisatawan yang mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Jatiluwih melalui media sosial dengan persentase 38,1%. Media sosial merupakan salah satu media dapat menjangkau berbagai macam informasi terbaru tentang Desa Wisata Jatiluwih seperti spot foto yang menarik maupun *instagramable*, informasi tentang aktivitas wisata, informasi tentang restoran maupun *coffee shop*.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada studi ini metode yang digunakan dalam uji validitas yaitu metode korelasi *product moment*. Nilai r tabel diperoleh dari r tabel *product moment* dengan nilai signifikansi 5% maka nilai r -tabel dari 200 responden adalah 0,138. Hasil studi menunjukkan bahwa 18 indikator faktor pendorong dan 22 indikator faktor penarik memiliki nilai r -hitung $>$ r -tabel (0,138) sehingga keseluruhan instrumen dalam variabel faktor pendorong dan faktor penarik yang terdiri dari 40 indikator dinyatakan valid. Pada uji reliabilitas suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,600. Hasil dari uji reliabilitas terhadap 40 indikator dalam faktor pendorong dan penarik mendapatkan hasil

bahwa seluruh instrumen yang digunakan dalam studi ini dinyatakan reliabel, karena nilai *Cronbach's Alpha* yaitu 0,908 lebih besar dari *alpha-tabel* yaitu 0,600.

Analisis Faktor

Untuk mengetahui mengetahui faktor pendorong dan penarik yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih, maka dalam studi ini menggunakan metode analisis faktor. Adapun tahapan-tahapan dalam analisis faktor adalah sebagai berikut :

1. Uji Kelayakan Faktor

Tahapan awal dalam analisis faktor yaitu dilakukan uji kelayakan. Analisis faktor dinyatakan layak jika besaran nilai KMO lebih besar dari 0,5 dan nilai MSA lebih besar 0,5.

Tabel 1. Uji KMO dan *Bartlett's Test* Faktor Pendorong

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,795
Bartlett's Test of Sphericity	Approx.	888,3
	Chi-Square	87
	df	153
	Sig.	0,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa nilai dari hasil uji *Kaiser Meyer Olkin Measure* (KMO) sebesar 0,795 dan telah memenuhi syarat nilai kecukupan yang melebihi 0,5. Nilai dari *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 888,387 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa antara variabel faktor pendorong terjadi korelasi sehingga peluang terjadinya kesalahan pada variabel yang tidak independen sebesar 0%.

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

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,898
Bartlett's Test of Sphericity	Approx.	1593,399
	Chi-Square	399
	df	231
	Sig.	0,000

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 2, diketahui bahwa nilai dari hasil uji *Kaiser Meyer Olkin Measure of Sampling Adequacy* yaitu sebesar 0,898 dan telah memenuhi syarat nilai kecukupan yang melebihi 0,5. Nilai dari *Bartlett's Test of Sphericity* yaitu sebesar 1593,399 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa antara variabel terjadi korelasi sehingga dalam hal ini peluang terjadinya kesalahan pada variabel yang tidak independen sebesar 0%. Berdasarkan hasil uji MSA, dapat diketahui bahwa dari 18 variabel faktor pendorong dan 22 variabel faktor penarik mendapatkan nilai MSA > 0,5 sehingga dalam hal ini dapat memenuhi syarat standar nilai MSA dan dapat digunakan pada analisis selanjutnya.

2. Menentukan Jumlah Faktor

Dalam penentuan jumlah faktor pendorong dan penarik, dapat diukur dari besaran nilai *eigenvalues* dari setiap faktor. Penentuan berdasarkan *eigenvalue*, hanya faktor yang memiliki nilai *eigenvalues* > 1. Hasil penentuan jumlah faktor pendorong dan penarik menunjukkan bahwa terdapat lima faktor pendorong yang terbentuk dari 18 variabel faktor pendorong dan empat faktor penarik yang terbentuk dari 22 variabel faktor penarik yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih karena memiliki nilai *eigenvalues* > 1.

3. Rotasi Faktor

Metode yang digunakan dalam analisis ini adalah metode rotasi *varimax* dengan melihat nilai *factor loading* atau angka yang menunjukkan besarnya korelasi antara satu variabel dengan variabel yang terbentuk.

Tabel 3. Rotasi Faktor Pendorong

Factor	Component				
	1	2	3	4	5
X1.1	0,728	0,133	0,070	0,179	-0,237
X1.2	0,645	-0,086	0,172	0,043	0,031
X1.3	0,299	0,083	0,279	0,337	-0,277
X2.1	0,729	0,081	0,211	-0,236	0,198
X2.2	0,648	0,066	-0,097	0,286	0,282
X2.3	0,529	0,209	-0,008	0,349	0,100

X3.1	0,135	0,048	0,087	0,069	0,793
X3.2	-0,055	0,296	0,510	0,298	0,295
X3.3	0,064	0,598	-0,021	0,294	0,432
X4.1	0,210	-0,003	0,777	0,023	0,014
X4.2	0,205	0,021	0,599	0,218	0,031
X4.3	0,068	0,694	0,314	-0,075	0,317
X5.1	-0,042	0,468	0,519	-0,015	-0,058
X5.2	-0,016	0,524	0,465	0,265	0,054
X5.3	0,473	-0,193	0,263	0,473	-0,116
X6.1	0,126	0,764	-0,060	0,113	-0,185
X6.2	0,291	0,213	0,039	0,644	-0,007
X6.3	-0,034	0,096	0,302	0,707	0,231

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 3, dapat dijelaskan bahwa dari ke 18 variabel faktor pendorong yang telah dirotasi, terdapat 16 variabel faktor pendorong yang memenuhi kriteria dan terdapat 2 variabel faktor pendorong yang tidak memenuhi kriteria karena nilai dari *loading factor* < 0,5 sehingga variabel X1.3 (Ingin keluar dari keramaian perkotaan) dan X5.3 (Berwisata untuk menghilangkan stress) dikeluarkan dari model.

Tabel 4. Rotasi Faktor Penarik

Factor	Component			
	1	2	3	4
X7.1	0,591	0,161	0,189	0,224
X7.2	0,317	0,054	-0,143	0,674
X7.3	0,726	0,101	0,069	0,170
X7.4	0,207	0,119	0,656	0,035
X8.1	0,224	0,173	0,584	0,245
X8.2	0,413	0,207	0,488	-0,004
X8.3	0,113	0,700	0,200	0,088
X8.4	0,054	0,601	0,465	0,006
X9.1	0,173	0,266	0,340	0,560
X9.2	0,238	0,714	0,069	-0,122
X9.3	0,521	0,097	0,479	0,053
X9.4	0,219	0,709	0,009	0,187
X9.5	0,155	0,713	-0,053	0,305
X10.1	0,581	0,342	0,125	0,159
X10.2	0,637	0,179	0,134	0,172
X10.3	0,467	0,444	0,260	-0,050
X10.4	0,536	0,484	-0,015	0,082
X11.1	0,599	0,265	0,112	-0,008
X11.2	0,675	-0,003	0,274	0,146
X11.3	0,605	-0,062	0,465	0,127
X11.4	0,096	0,077	0,434	0,622
X11.5	0,015	0,620	0,393	0,086

Sumber: Hasil Penelitian, 2020

Berdasarkan Tabel 4, dapat dijelaskan bahwa dari ke 22 variabel faktor penarik yang telah dirotasi, terdapat 20 variabel

faktor penarik yang memenuhi kriteria dan terdapat 2 variabel faktor penarik yang tidak memenuhi kriteria karena nilai dari *loading factor* < 0,5 sehingga variabel X8.2 (Terdapat budaya dan aktivitas masyarakat lokal) dan X10.3 (Sarana hidangan makan dan minuman di restoran, *coffee shop* dan warung lokal menggunakan bahan ramah lingkungan) dikeluarkan dari model.

Interpretasi Faktor Pendorong

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, maka faktor pendorong yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan adalah :

1. Faktor Pertama

Faktor pertama diberi nama faktor “*Desire to Escape from Routine*” yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 4,527. Faktor *desire escape from routine* (keinginan keluar dari rutinitas) yang terdiri dari 5 faktor pembentuknya yaitu : (1) faktor ingin terlepas dari rasa jenuh, (2) ingin keluar dari rutinitas sehari-hari, (3) ingin beristirahat dari aktivitas sehari-hari, (4) ingin merasa santai dan bisa memanjakan diri, (5) ingin memanfaatkan waktu libur.

2. Faktor Kedua

Faktor kedua diberi nama faktor “*Hobbies*” yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,168. Faktor *hobbies* (hobby) terdiri dari empat faktor pembentuknya yaitu: (1) berwisata sebagai gaya hidup, (2) ingin bertemu dengan orang-orang baru, (3) berwisata untuk menjadi sehat dan bugar) dan (4) ingin menyalurkan hobi berpetualang maupun *touring*.

3. Faktor Ketiga

Faktor ketiga diberi nama faktor “*Enchant Kinship and Relationship*” yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,358. Faktor *enchant kinship and relationship* (mempererat hubungan dan kekerabatan) terdiri dari empat faktor pembentuknya yaitu: (1) faktor untuk menceritakan pengalaman berwisata kepada keluarga atau teman, (2) ingin menghabiskan waktu luang bersama teman/pasangan/keluarga, (3) keinginan berwisata untuk mempererat hubungan kekerabatan dengan teman atau keluarga, dan (4) keinginan melakukan aktivitas wisata olahraga.

4. Faktor Keempat

Faktor keempat diberi nama faktor "Adventure" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,127. Faktor *adventure* (petualangan) memiliki dua faktor pembentuknya yaitu : (1) faktor ingin berwisata bertujuan untuk dekat dengan alam dan (2) ingin mengunjungi tempat atau lokasi yang belum familiar dikunjungi.

5. Faktor Kelima

Faktor kelima diberi nama faktor "Prestige" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,101. Faktor mencari *prestige* (gengsi) memiliki satu faktor pembentuknya yaitu : Mencari spot foto yang terkenal dan *instagramable*.

Interpretasi Faktor Penarik

Berdasarkan hasil analisis faktor yang telah dilakukan, maka faktor pendorong yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan adalah :

1. Faktor Pertama

Faktor pertama diberi nama faktor "Natural Places" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 7,355. Faktor *natural places* (tempat-tempat alami) terdiri dari 9 faktor pembentuknya yaitu (1) faktor memiliki suasana alam yang masih alami, (2) memiliki kondisi udara yang bersih dan sejuk, (3) Fasilitas wisata bersifat ramah lingkungan (4) terdapat kuliner lokal maupun tradisional, (5) restoran, *coffee shop* dan warung lokal memiliki kondisi lingkungan yang bersih, (6) makanan dan minuman yang ditawarkan oleh restoran, (7) *coffee shop* dan warung lokal telah sesuai standar *hygiene*, (8) citra Desa Wisata Jatiluwih sudah terkenal sebagai daya tarik wisata di mata dunia dan (9) Desa Wisata Jatiluwih terkenal akan keindahan pemandangan alam sawah teraseringnya.

2. Faktor Kedua

Faktor kedua diberi nama faktor "Sanitation Facilities" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,023. Faktor *sanitation facilities* (fasilitas sanitasi) terdiri dari 6 faktor pembentuknya yaitu (1) faktor tersedianya layanan masyarakat berupa pemeriksaan suhu tubuh dan penghambatan jarak (*social distancing*)

bagi wisatawan, (2) terdapat layanan masyarakat berupa informasi dan pengaduan tentang pencegahan COVID-19, (3) fasilitas publik telah memiliki standar pengaturan jarak sosial (*social distancing*), (4) fasilitas wisata telah disterilisasi kebersihan menggunakan cairan disinfektan, (5) tersedianya sarana Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS) dan *handsanitizer* dan (6) Desa Wisata Jatiluwih sebagai daya tarik wisata yang mampu menerapkan protokol kesehatan CHSE.

3. Faktor Ketiga

Faktor kedua diberi nama faktor "Cleanliness" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,219. Faktor *cleanliness* (kebersihan) terdiri dari 2 faktor pembentuknya yaitu (1) faktor lingkungan memiliki kondisi yang bersih dari pencemaran limbah sampah dan (2) keramah-tamahan masyarakat.

4. Faktor Keempat

Faktor keempat diberi nama faktor "Tourist Attraction" yang memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,085. Faktor *tourist attraction* (daya tarik wisata) terdiri dari 3 faktor pembentuknya yaitu: (1) faktor melihat situs warisan dunia UNESCO Desa Wisata Jatiluwih, (2) terdapat fasilitas *spot foto* yang *instagramable* dan (3) Desa Wisata Jatiluwih sebagai daya tarik wisata yang wajib dikunjungi bagi wisatawan *millennial*.

Faktor Dominan

Adapun faktor dominan dalam mendorong wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan adalah faktor keinginan keluar dari rutinitas sehari-hari, hal ini menunjukkan bahwa wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih memiliki dorongan untuk berwisata di tengah pandemi COVID-19 yang mewajibkan mereka untuk tinggal di rumah (*stay at home*) dan menyebabkan mereka cenderung melakukan pekerjaan dari rumah (*work from home*) sehingga wisatawan *millennial* saat ini memiliki dorongan untuk berwisata maupun *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih sebagai faktor mendorong dalam diri mereka untuk memenuhi kebutuhan beristirahat dari rutinitas sehari-hari di masa pandemi

COVID-19. Hasil studi ini sama dengan studi yang dilakukan oleh Parhusip (2018) dengan judul “Wisatawan Milenial di Bali” yang menyatakan bahwa terdapat faktor pendorong beristirahat dan relaksasi (*Rest & Relaxation*) sebagai faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Bali, di mana faktor ini menjelaskan bahwa wisatawan *millennial* cenderung melakukan aktivitas menikmati pemandangan alam yang ada di Bali. Hal ini dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* di era kenormalan baru atau *new normal* melakukan perjalanan wisata dengan tujuan untuk beristirahat dan memiliki keinginan keluar dari rutinitas sehari-hari.

Faktor dominan dalam menarik wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan adalah faktor tempat-tempat alami, hal ini dikarenakan faktor terkenalnya Desa Wisata Jatiluwih sebagai daya tarik wisata yang memiliki keindahan pemandangan alam terasering sawah maupun pegunungan yang masih asri serta memiliki kondisi lingkungan yang bersih dari polusi maupun pencemaran udara sehingga hal ini menjadi faktor yang dapat menarik wisatawan *millennial* nusantara untuk berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan. Hasil studi ini berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Parhusip (2018) dengan judul “Wisatawan Milenial di Bali” yang mengatakan bahwa dalam studinya faktor yang mempengaruhi wisatawan *millennial* di Bali dipengaruhi oleh faktor Keamanan, Kebersihan & Variasi Atraksi Wisata (*Safety, Cleanliness & Variety Attraction*) yang terdiri dari yaitu mengunjungi pura, kesenian, budaya, banyaknya kegiatan diluar ruangan, kondisi keamanan, *image* yang positif, cuaca bersahabat, mengunjungi teman dan sumber daya pariwisata. Sedangkan pada studi ini mendapatkan hasil bahwa faktor *natural places* (tempat-tempat alami) seperti suasana alam yang masih alami, kondisi udara yang bersih dan sejuk, kuliner lokal maupun tradisional, citra Desa Wisata Jatiluwih sudah terkenal sebagai daya tarik wisata di mata dunia dan terakhir Desa Wisata Jatiluwih terkenal akan keindahan pemandangan alam sawah teraseringnya.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Karakteristik wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan didapatkan hasil bahwa wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berjenis kelamin perempuan, memiliki umur 18 Tahun sampai 21 Tahun dan memiliki status belum menikah. Wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan SMA atau SMK sederajat, memiliki pekerjaan sebagai pelajar. Wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisatawan *millennial* nusantara yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Provinsi Jawa Timur dan didominasi oleh wisatawan *millennial* nusantara yang berasal dari Kota Surabaya sedangkan wisatawan *millennial* yang melakukan aktivitas *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang berasal dari Kota Denpasar, Bali. Wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan *millennial* nusantara yang mengeluarkan biaya berwisata sebesar Rp. 110.000 – Rp. 200.000 sedangkan wisatawan *millennial* yang melakukan aktivitas *staycation* di Desa Wisata Jatiluwih lebih dominan mengeluarkan biaya berwisata kurang dari Rp. 100.000. Wisatawan *millennial* yang berkunjung dominan menggunakan kendaraan motor pribadi. wisatawan *millennial* yang berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih didominasi oleh wisatawan yang melakukan aktivitas swafoto dengan mendapatkan informasi mengenai Desa Wisata Jatiluwih melalui media sosial.

Terdapat lima faktor pendorong yang mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan diantaranya yaitu : faktor pertama adalah *desire to escape from routine* (keinginan keluar dari rutinitas), faktor kedua adalah *hobbies* (hobby), faktor ketiga adalah *enchant kinship and relationship* (mempererat hubungan dan kekerabatan), faktor keempat adalah faktor *adventure* (petualangan), dan faktor kelima adalah mencari *prestige* (gengsi). Kemudian terdapat empat faktor penarik yang

mempengaruhi motivasi wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan diantaranya yaitu : faktor pertama adalah *natural places* (tempat-tempat alami), faktor kedua adalah *sanitation facilities* (fasilitas sanitasi), faktor ketiga adalah *cleanliness* (kebersihan) , dan faktor keempat adalah *tourist attraction* (daya tarik wisata)

Faktor dominan dalam mendorong wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu faktor *desire escape from routine* (keinginan keluar dari rutinitas) yang terdiri dari 5 faktor pembentuknya yaitu : (1) faktor ingin terlepas dari rasa jenuh, (2) ingin keluar dari rutinitas sehari-hari, (3) ingin beristirahat dari aktivitas sehari-hari, (4) ingin merasa santai dan bisa memanjakan diri, (5) ingin memanfaatkan waktu libur. Kemudian faktor dominan dalam menarik wisatawan *millennial* berkunjung ke Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan yaitu faktor *natural places* (tempat-tempat alami) yang terdiri dari 9 faktor pembentuknya yaitu: (1) faktor memiliki suasana alam yang masih alami, (2) memiliki kondisi udara yang bersih dan sejuk, (3) Fasilitas wisata bersifat ramah lingkungan (4) terdapat kuliner lokal maupun tradisional, (5) restoran, *coffee shop* dan warung lokal memiliki kondisi lingkungan yang bersih, (6) makanan dan minuman yang ditawarkan oleh restoran, *coffee shop* dan warung lokal telah sesuai standar *hygiene*, (7) citra Desa Wisata Jatiluwih sudah terkenal sebagai daya tarik wisata di mata dunia, (8) Desa Wisata Jatiluwih terkenal akan keindahan pemandangan alam sawah teraseringnya dan (9) Desa Wisata Jatiluwih sebagai daya tarik wisata alam yang masih asri dan alami.

Saran

Adapun saran akademis yaitu agar studi ini dapat dijadikan acuan maupun referensi untuk studi selanjutnya dan perlu dilakukan studi lebih lanjut mengenai motivasi wisatawan *millennial* pasca pandemi COVID-19 karena berwisata di saat pandemi dengan berwisata pasca pandemi memiliki tren berwisata generasi *millennial* yang berbeda dan akan mengalami perubahan pola kebutuhan wisata yang cepat berubah.

Adapun saran praktis yaitu diharapkan Pemerintah Kabupaten Tabanan dan pihak

Desa Wisata Jatiluwih maupun pihak Manajemen Operasional Daya Tarik Wisata Jatiluwih, agar tetap mempertahankan kualitas penerapan protokol kesehatan *Cleanliness, Healthy, Safety and Environmental Sustainability* (CHSE) baik secara sosialisasi maupun himbauan langsung kepada wisatawan, agar dapat meningkatkan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan selama berwisata di lingkungan Desa Wisata Jatiluwih dan pihak pengelola Desa Wisata Jatiluwih diharapkan mampu mengupayakan dalam penyediaan fasilitas umum seperti tempat sampah yang memadai di lingkungan Desa Wisata Jatiluwih, karena masih banyak terdapat wisatawan *millennial* yang kurang memiliki kesadaran akan kelestarian lingkungan.

Kepustakaan

- Aridayanti, D., Suryawardani, G., & Wiranatha, A. (2020). Millennial Tourists in Bali: Motivation, Satisfaction and Revisit Intention. *E-Journal Tourism*, 7, 1.
- _____. (2020). Surat Edaran (SE) Nomor 556/1028/DISPAN tentang "Pembatasan Kegiatan Keramaian Terkait COVID-19". Tabanan: Pemerintah Kabupaten Tabanan.
- Angriyana, S. (2019). *Milenial Adalah Generasi Pendorong Perubahan Tren Pariwisata*. Dipetik 1 Juli, 2020, dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-4528793/milenial-adalah-generasi-pendorong-perubahan-tren-pariwisata>
- Boston Consulting Group (BCG) bersama University of Berkley. (2011). *American Millennials: Deciphering the Enigma Generation. 2011*.
- DTW Jatiluwih Siap Hadapi New Normal. (2020). Dipetik 3 Juli, 2020, dari <https://www.nusabali.com/berita/75626/dtw-jatiluwih-siap-hadapi-new-normal>
- Parhusip, N. E., & Arida, I. S. (2018). Wisatawan Milenial di Bali (Karakteristik, Motivasi dan Makna Berwisata). *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6, 2.
- Pitana, I., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Rai Utama, I. B. (2011). Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternatif. *Universitas Dhyana Pura*, 1.
- Ramadhan, N. (2020). *Travel Kompas*. Dipetik 30 Agustus, 2020, dari <https://travel.kompas.com/read/2020/07/31/220800527/hasil-survei-milenial-berani-ambil-risiko-berlibur-di-tengahpandemi?page=all>
- Salsabila, Y. (2019). *Karakteristik Wisatawan Milenial dalam Meningkatkan Daya Saing Produk Wisata di Orchid Forest Bandung*. Bandung: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung.
- Strauss, W., & Howe, N. (2009). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York: Vintage Book.
- Sutrisno, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Kencana.
- Tripadvisor. (2019). Dipetik 13 April, 2020, dari <https://www.tripadvisor.com/>
- Uysal, M., Mang, F., & Tepanon, Y. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*, 14(1), 41-56.
- Woodside, A. G., & Martin, D. (2008). *Tourism Management: Analysis, Behaviour and Strategy*. London: CAB International.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An Examination of The Effect of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : a Structural Model. *Tourism Management*, 26, 45-56.
- Zeng, G. (2015). *Tourism and Hospitality Development Between China and EU*. Guangzhou: Springer.