

## FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGUNJUNG MILENIAL KE PANTAI CINTA KEDUNGU, KABUPATEN TABANAN

Ni Putu Hesy Suci Septia<sup>1</sup>, Ni Made Sofia Wijaya<sup>2</sup>, LGLK. Dewi<sup>3</sup>

Email: hesysucis@gmail.com<sup>1</sup>, sofia\_ipw@unud.ac.id<sup>2</sup>, leli\_ipw@unud.ac.id<sup>3</sup>

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

**Abstract:** The number of visitors that visited Cinta Beach Kedungu has increased since it was opened on September 2020. This study aims to determine the factors that affecting millennial visitors decision to visit Cinta Beach Kedungu. The sample of this research was 130 millennial visitors who have visited Cinta Beach Kedungu. Data collection techniques was conducted in several ways, such as: observation, questionnaire, interview, literature study, and documentation. The data were analysed by factor analysis. The results showed that the characteristics of the respondents were dominated by visitors from Denpasar, women, aged 21-25 years, unmarried, level of education was bachelor degree, status as student, visited Cinta Beach Kedungu with friends on weekends, and spend Rp. 101-200 thousands. Based on the results of factor analysis, there are six push factors that affecting visitors, such as: (1) looking for a partner, (2) looking for novelty, (3) spending time with family, (4) breaking away from routine, (5) visiting famous places on social media and (6) romanticism. Meanwhile, three pull factors that affecting visitors such as: (1) facilities and products, (2) information about tourist attractions, and (3) natural beauty.

**Abstrak:** Pengunjung Pantai Cinta Kedungu terus mengalami peningkatan sejak pertama kali dibuka pada Bulan September 2020, khususnya pengunjung yang berusia muda. Studi ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu. Sampel dari studi ini yaitu 130 pengunjung milenial yang pernah berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu. Teknik pengumpulan data dilakukan observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan, serta dokumentasi. Teknik analisis data dengan analisis faktor menggunakan program SPSS. Hasil studi menunjukkan bahwa karakteristik responden didominasi oleh pengunjung dari Denpasar, perempuan, berusia 21-25 tahun, belum menikah, Pendidikan S1, berstatus pelajar, berkunjung dengan teman, waktu kunjungan saat akhir pekan, dan memiliki kontes Rp.101-200 ribu. Hasil analisis faktor, terdapat enam faktor yang mendorong pengunjung yaitu (1) mencari pasangan, (2) mencari kebaruan, (3) menghabiskan waktu dengan keluarga, (4) melepaskan diri dari rutinitas, (5) berdasarkan tempat yang terkenal di media sosial dan (6) romantisme. Sedangkan tiga faktor yang menarik pengunjung yaitu (1) fasilitas dan produk, (2) informasi mengenai daya tarik wisata, dan (3) keindahan alam.

**Keywords:** millennial, cinta kedungu beach, visitors.

### PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan untuk berbisnis atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Yoeti, 1996). Seiring berjalannya waktu, pariwisata kini menjadi kebutuhan masyarakat

di dunia. Gaya hidup manusia yang semakin hari semakin kompleks menyebabkan semua orang melakukan perjalanan wisata untuk menghilangkan penat dan stres sejenak.

Bali merupakan salah satu destinasi wisata yang terkenal di seluruh pelosok dunia. Wisatawan berbondong-bondong datang berkunjung untuk melihat keindahan panorama alam dan keunikan adat, tradisi budaya yang ada di Bali. Pulau dewata ini memiliki 8 kabupaten dan satu kota madya yaitu Kota Denpasar. Masing-masing kabupaten tersebut

memiliki atraksi wisata yang khas baik berupa wisata alam maupun budaya dan juga wisata buatan.

Salah satu kabupaten di Bali yang memiliki pesona keindahan atraksi wisata alam adalah Kabupaten Tabanan. Pariwisata di Kabupaten Tabanan menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Hal tersebut ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun wisatawan nusantara. Kunjungan wisatawan tersebut dikarenakan banyak terdapat atraksi wisata alam dan budaya yang tersebar di Kabupaten Tabanan, seperti Pura Tanah Lot, Pura Ulun Danu Beratan, Pantai Soka, Pantai Pasut, Pantai Kedungu, dan lainnya.

Pantai Kedungu merupakan salah satu pantai berpasir hitam yang indah di Tabanan. Pantai Kedungu berlokasi di Banjar Kedungu, Desa Belalang, Tabanan. Keindahan panorama alam yang disuguhkan oleh Pantai Kedungu Tabanan ini mampu menarik minat pengunjung baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Pantai Kedungu memiliki keunikan karena terdapat areal tebing yang terdapat tumpukan bebatuan besar sehingga menambah keeksotisan pemandangan alam pantai ini. Dengan warna pasir hitam yang bersih, Pantai Kedungu selalu menjadi tempat berlibur keluarga yang terfavorit. Banyak wisatawan asing maupun lokal berkunjung ke Pantai Kedungu untuk menikmati *sunset*, berenang maupun berselancar atau hanya sekedar melihat pemandangan. Lokasi yang cukup strategis yakni disekitar pemukiman warga, menjadikan Pantai Kedungu selalu menjadi tempat tujuan utama.

Pada akhir tahun 2019, dunia dikejutkan dengan wabah pandemi virus *Covid-19*. Virus ini menyebar ke seluruh negara di dunia termasuk Indonesia. Tak terkecuali Bali, kasus terjangkitnya virus ini semakin bertambah pada bulan April 2020 di Bali. Hal ini menyebabkan sektor pariwisata terhenti sejak ditutupnya Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai guna memutus rantai penyebaran virus *Covid-19* ini. Alhasil, para karyawan dan pekerja pariwisata sebagian besar dirumahkan dan bahkan kehilangan mata pencahariannya karena hampir semua usaha wisata ditutup sementara. Sehingga mereka harus mencari alternatif pekerjaan agar mampu menunjang kebutuhan hidup sehari-harinya. Hingga pada bulan Juni 2020, pemerintah memberlakukan era *new*

*normal* yang berarti kegiatan masyarakat dapat berjalan namun dengan protokol kesehatan yang ketat.

Para pekerja pariwisata yang kehilangan pekerjaan mereka menggunakan segala cara agar dapat bertahan hidup pada situasi pandemi ini. Banyak dari mereka yang membuat usaha sendiri, yakni berjualan, membuka restoran dan lain-lain. Seperti generasi muda di area Pantai Kedungu, mereka mempunyai ide untuk memanfaatkan lahan kosong di kawasan Pantai Kedungu yang menawarkan keindahan panorama matahari terbenam dari atas bukit. Di Pantai ini terdapat restoran terbuka yang memiliki kapasitas terbatas. Kawasan ini kemudian diberi nama Pantai Cinta Kedungu. Kawasan Pantai Cinta Kedungu mulai dibuka pada bulan September 2020.

Kunjungan ke Pantai Cinta Kedungu tersebut dapat diketahui bahwa sejak dibuka pada bulan September 2020, pengunjung pantai ini mengalami peningkatan setiap bulannya. Terlebih lagi semenjak penambahan kapasitas pada awal tahun 2021, yaitu dari kapasitas 50 kursi menjadi 200 kursi. Penurunan jumlah kunjungan memang sempat terjadi pada bulan Juli 2021, namun hal itu dikarenakan pemberlakuan PPKM darurat daerah JawaBali oleh pemerintah, sehingga pihak pengelola harus memberlakukan pengurangan kapasitas pengunjung sebanyak 50%. Namun setelah pemberlakuan PPKM darurat dicabut, kunjungan ke Pantai Cinta Kedungu terus mengalami peningkatan. Pengunjung Pantai Cinta Kedungu berasal dari berbagai generasi dan didominasi oleh pengunjung dari generasi milenial. Pengunjung yang datang didominasi oleh keinginan untuk menikmati pemandangan matahari terbenam yang indah dengan suasana yang tenang. Ketenangan yang didapat karena Pantai Cinta ini terletak jauh dari perkotaan dan posisi pantai yang agak tersembunyi. Meskipun fasilitas yang tersedia di Pantai Cinta ini cukup sederhana hanya tersedia meja-meja kayu dan bantal tempat duduk yang beralaskan rumput hijau, namun pengunjung milenial terus berdatangan setiap harinya. Pantai ini menjadi tempat wisata eksklusif karena memiliki jam buka *golden hour* yaitu mulai dari jam 16.00 sampai 20.00 setiap harinya. Durasi jam operasional yang terbilang cukup singkat ini tidak menjadi pertimbangan yang signifikan bagi pengunjung milenial untuk mengunjungi

tempat tersebut. Lokasi Pantai Cinta juga berdekatan dengan daya tarik wisata lainnya, salah satunya yaitu Daya Tarik Wisata Tanah Lot. Karakteristik pengunjung milenial yang berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu sedikit berbeda dengan karakteristik wisatawan milenial yang berkunjung ke *The Rock Bar* yang terletak di Ayana Resort and Spa, Jimbaran yang memiliki tempat serupa yaitu diareal tebing. Restoran ini menawarkan pemandangan sunset yang indah dan berlokasi tepat di atas bebatuan Pantai Krisik, Jimbaran. Hal tersebut menjadi salah satu daya tarik utama wisatawan milenial yang berkunjung ke *The Rock Bar*.

Sebagian besar wisatawan milenial yang berkunjung ke *The Rock Bar* merupakan kalangan wisatawan menengah ke atas. Hal ini ditinjau berdasarkan dari harga makanan dan minuman yang relatif mahal yakni berkisar antara Rp.65.000-600.000 dengan penyajian dan pelayanan ala bar bintang lima. Selain itu, *The Rock Bar* juga mengusung konsep bar yang merupakan suatu tempat yang diorganisasikan secara komersial dan dilengkapi dengan fasilitas yang memadai, terdapat baik di dalam sebuah hotel, kadang-kadang berdiri sendiri di luar hotel, dimana seseorang bisa mendapatkan pelayanan segala macam minuman, utamanya minuman beralkohol (Widjojo, 2004). Sedangkan Pantai Cinta Kedungu lebih menonjolkan konsep restoran café yang sederhana dan santai, serta menawarkan harga makanan minuman yang relatif terjangkau. Menurut Kezia dkk. (2019) menyatakan bahwa generasi milenial sangat mementingkan harga, iklim, dan keberadaan atraksi / acara adalah pendorong utama untuk pemilihan tujuan. Selain itu, internet menjadi pengaruh teratas yang mempengaruhi pilihan tujuan. Internet juga menjadi salah satu faktor yang membuat Pantai Cinta Kedungu menjadi terkenal, yakni dengan viralnya video dan gambar mengenai pesona Pantai Cinta Kedungu di media sosial yang membuat 6 pengunjung milenial tertarik ingin mengunjungi tempat wisata baru tersebut. Berbeda halnya dengan daya tarik wisata lainnya di Kabupaten Tabanan yang juga viral akhir-akhir ini yaitu Rumah Gemuk Bali yang merupakan tempat untuk menggelar acara pernikahan yang berkonsepkan rumah kaca dengan dekorasi tumbuh-tumbuhan dan rerumputan. Namun karena situasi pandemi, Rumah Gemuk ini dibuka untuk umum dan

yang menjadikannya viral adalah adanya paket piknik kekinian sambil menikmati pemandangan Danau Beratan yang indah serta tempat berfoto yang instagrammable. Sedangkan, yang menjadi daya tarik utama di Pantai Cinta Kedungu adalah suasana yang tenang dan pemandangan matahari terbenam yang menawan. Berdasarkan fenomena meningkatnya jumlah pengunjung di Pantai Cinta Kedungu semenjak awal dibuka, serta fenomena terkenalnya Pantai Cinta Kedungu di sosial media khususnya kalangan generasi milenial. Maka penting untuk dilakukan studi mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu.

## METODE

Studi ini dilakukan di Pantai Cinta Kedungu tepatnya pada *The Beach Love Cafe* di Banjar Kedungu, Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan, Bali. Pantai ini memiliki jarak sekitar 20 km dari Kota Denpasar. Variabel yang digunakan dalam studi ini adalah motivasi wisatawan berdasarkan teori Crompton (1979) yang dibagi menjadi dua sub variabel yaitu sub variabel faktor: pendorong meliputi *escape, relaxation, strengthening family bonds, prestige, social interaction, tomance, wish fulfilment, self fulfilment* (Ryan, dalam Kusumarini, 2007) dan novelty seeking (Joziam dan Frazer, 2012). Kemudian sub variabel faktor penarik meliputi: static faktor, *dynamic faktor, current decision, information* (awaritafe, 2004)

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi ini yaitu observasi, kuesioner, wawancara, studi kepustakaan dan dokumentasi. Teknik penentuan sampel diambil secara *purposive sampling* dan pengambilan jumlah sampel pada studi ini menggunakan teori Hair et al (2006) untuk mendapatkan responden maka jumlah pertanyaan dikali 5 atau 10. Studi ini memiliki 13 indikator yang mana jumlah responden yaitu 13 x 10 yaitu sebanyak 130 responden yang berdomisili bali yang berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu, Kabupaten Tabanan. Teknik analisis data yang digunakan dalam studi ini adalah analisis deskriptif kuantitatif terbagi menjadi uji instrumen terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas dan analisis data studi ini dilakukan dengan analisis faktor (*principal*

*component analysis*) yang dibantu dengan perangkat lunak SPSS Versi 23 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

Pantai Cinta Kedungu didirikan pada tanggal 13 september 2020. Sebelum dibangun beberapa cafe, Pantai Cinta Kedungu atau *The Beach Love Cafe* bersifat privat dan hanya didatangi oleh warga setempat yang mengajak pasangannya bersantai untuk melihat sunset dari atas tebing. Setelah adanya Pandemi *Covid-19* yang melanda dunia dan pemberlakuan PPKM di Indonesia yang cukup lama berdampak kepada beberapa pemuda yang ada di Desa Belalang, Banjar Kedungu. Beberapa pemuda yang bekerja di bidang pariwisata itu diberhentikan oleh perusahaannya sehingga harus menanggung. Dengan adanya kondisi tersebut, 7 orang pemuda memiliki ide dan berinisiatif untuk memanfaatkan lahan yang berada di Pantai Kedungu untuk dijadikan sumber pendapatan mereka.

Pada saat pertama kali dibuka, hanya tersedia warung kecil yang menyajikan beberapa makanan western bertujuan untuk mendampingi dan memfasilitasi pengunjung yang datang untuk menikmati *sunset* dapat menarik minat penduduk lokal untuk berkunjung. Perlahan tapi pasti semakin banyak pengunjung yang berdatangan dari beberapa wilayah. Hal tersebut mendorong pengelola untuk memperbaharui fasilitas, seperti penambahan meja kayu, bean bag, menu menu baru dan menyediakan spot foto.

Pantai Cinta Kedungu menyediakan makanan *western* sebagai pendamping pengunjung menikmati sunset di Pantai Cinta. Adapun beberapa menu yang disediakan yaitu sebagai berikut: *french fries*, *chicken spring roll*, *BBQ Sausage*, *chick & chips*, *BBQ chicken wings*, *chicken salad*, *Quesadillas chicken*, *BBQ chicken wrap*, *spicy burrito chicken*, classic chicken burger, *beef burger*, *tea*, *juice*, *soft drink*, *cocktails*, *coffee* dan *beer*. Selain makanan dan minuman, Pantai Cinta Kedungu juga menyediakan fasilitas lainnya, seperti meja sebanyak 200 buah, bean bag sebanyak

400 buah, spot foto, toilet, dan tempat parkir.

## Karakteristik Pengunjung Milenial

Berdasarkan hasil mengenai karakteristik pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu, didapatkan hasil bahwa ditinjau berdasarkan jenis kelamin, sebagian besar pengunjung milenial berjenis kelamin perempuan dengan jumlah 87 orang (66,9%). Hasil studi ini menunjukkan hasil yang sama dengan studi yang dilakukan oleh Dewi (2020) yang juga menunjukkan hasil bahwa wisatawan milenial yang berwisata di Bali didominasi oleh pengunjung perempuan (52%). Karakteristik pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu berdasarkan daerah asal menunjukkan hasil bahwa sebagian besar pengunjung berasal dari Kota Denpasar yakni dengan persentase sebesar 39,2%. Hal ini dikarenakan Kota Denpasar merupakan Ibu Kota dari Provinsi Bali, serta pusat pemerintahan berada di Denpasar yang juga menarik kaum milenial untuk merantau dari daerah lain di Bali. Sehingga populasi kaum milenial di Denpasar lebih banyak dibandingkan daerah lain di Bali. Jika dilihat berdasarkan usia, karakteristik pengunjung milenial ke Pantai Cinta, Kedungu didominasi oleh pengunjung yang berusia antara 21-25 Tahun yakni sebesar 82,3%. Hasil ini didukung oleh hasil studi yang dilakukan oleh Dewi (2020) bahwa usia wisatawan milenial yang paling banyak dalam pembelian atraksi wisata selama berwisata di Bali adalah 21 tahun yakni sebesar 18%. Hasil studi lainnya yang sesuai yakni hasil studi yang dilakukan oleh Darmawan (2018) bahwa wisatawan *backpacker* yang menginap di hostel Ubud didominasi oleh wisatawan yang berusia 21-30 tahun dengan jumlah 94 orang (72%).

Sedangkan, ditinjau berdasarkan status pernikahan menunjukkan bahwa hampir seluruh pengunjung milenial ke Pantai Cinta, Kedungu merupakan pengunjung yang belum menikah yakni sebesar 93,1%. Hal ini terjadi karena karakteristik pengunjung milenial ke Pantai Cinta yang ditinjau berdasarkan pekerjaan, sebagian besar pengunjung masih berstatus pelajar/mahasiswa, yakni dengan persentase sebesar 42%. Hasil ini didukung oleh hasil studi yang dilakukan oleh Dewi (2020) yakni menunjukkan bahwa wisatawan milenial yang berwisata di Bali adalah wisatawan yang masih berstatus belum kawin

dengan jumlah responden 83 orang dan persentase sebesar 83%.

Karakteristik pengunjung milenial yang mengunjungi Pantai Cinta Kedungu ditinjau berdasarkan tingkat pendidikan, menunjukkan hasil bahwa sebagian besar memiliki tingkat Pendidikan S1 yakni sebesar 46,2%. Hasil ini sesuai dengan hasil studi yang dilakukan oleh Darmawan (2018) yang menunjukkan hasil bahwa sebagian besar wisatawan backpacker yang menginap di hostel Ubud memiliki tingkat pendidikan S1 dengan frekuensi 65 orang (50%). Sedangkan, karakteristik pengunjung milenial yang ditinjau berdasarkan rekan kunjungan menunjukkan hasil bahwa didominasi oleh pengunjung yang datang bersama teman (50%), dan jumlah rekan kunjungan yang paling banyak adalah 1 orang (47,7%). Hasil ini berbeda dengan hasil studi yang dilakukan oleh Gama (2019) yang menunjukkan hasil bahwa sebagian besar wisatawan *backpacker* yang menginap di Canggu melakukan perjalanan wisata sendiri tanpa rekan perjalanan (63%).

Karakteristik pengunjung milenial ke Pantai Cinta, Kedungu yang ditinjau berdasarkan waktu kunjungan, menunjukkan hasil bahwa di sebagian besar pengunjung melakukan kunjungan pada waktu weekend atau akhir pekan yakni dengan persentase sebesar 67,7%. Hal ini dikarenakan sebagian besar pengunjung berstatus pelajar/mahasiswa sehingga akhir pekan adalah waktu luang yang tepat untuk berwisata. Kemudian, ditinjau berdasarkan pengeluaran selama berkunjung di Pantai Cinta, didapat hasil bahwa sebagian besar pengunjung milenial memiliki pengeluaran yang berkisar antara Rp.101.000-Rp.200.000 yakni dengan persentase sebesar 51,5%. Hasil ini sedikit berbedadengan hasil studi yang dilakukan oleh Gama (2019) yang menunjukkan bahwa wisatawan backpacker rata-rata mengeluarkan uang sejumlah Rp. 262.000 untuk makanan dan minuman per hari selama menginap di Canggu.

### **Faktor Pendorong**

Faktor pendorong merupakan faktor yang mampu membuat seorang pengunjung milenial untuk melakukan perjalanan wisata ke berbagai daerah tujuan wisata yang diinginkannya. Pada studi ini indikator faktor pendorong yang digunakan berjumlah 27 indikator yang diberikan kepada 130 orang

pengunjung yang berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu, Tabanan. Kemudian 27 indikator tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis faktor yang sudah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0 *for Windows*. Hasil analisis faktor menggunakan program SPSS 23.0 *for Windows* terdapat 27 indikator yang dinyatakan sudah memenuhi syarat uji KMO, Bartlett's Test, uji MSA dan dilanjutkan dengan rotasi faktor, menentukan jumlah faktor lalu diakhiri dengan interpretasi faktor. Hasil dari loading faktor dari indikator pendorong tersebut kemudian menghasilkan enam faktor baru. Berdasarkan analisis faktor yang telah dilakukan maka faktor pendorong pengunjung milenial mengunjungi pantai cinta kedungu terbentuk menjadi 6 faktor baru yaitu:

1. Faktor pertama diberi nama mencari pasangan dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 10,578. Faktor mencari pasangan terdiri atas lima pernyataan, antara lain: ingin mencari pasangan, lebih mengenal diri sendiri, ingin bertemu dengan orang-orang baru, ingin bersosialisasi dengan pengunjung lainnya, dan ingin memperbanyak relasi.
2. Faktor kedua diberi nama mencari kebaruan dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 2,772. Adapun faktor mencari kebaruan terdiri atas enam pernyataan, antara lain: mencari suasana baru, mencari pengalaman baru, mengunjungi daya tarik wisata baru, mengunjungi tempat yang belum pernah dikunjungi, menemukan inspirasi, dan ingin mencari kesenangan diri sendiri.
3. Faktor ketiga diberi nama menghabiskan waktu dengan keluarga dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,893. Faktor menghabiskan waktu dengan keluarga terdiri atas lima pernyataan, antara lain: ingin menghabiskan waktu dengan keluarga, mempererat hubungan keluarga dengan melakukan perjalanan bersama, ingin berbagi cerita dengan anggota keluarga yang jarang ditemui, membagikan pengalaman liburan, dan mendapat perhatian dari pengguna sosial media lainnya.
4. Faktor keempat diberi nama melepaskan diri dari rutinitas dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,544. Faktor melepaskan diri dari rutinitas terdiri atas lima pernyataan, antara lain: melepaskan diri dari rutinitas, ingin

bersenang-senang, melepaskan diri dari rasa jenuh, ingin bersantai, dan mengisi waktu libur.

5. Faktor kelima diberi nama mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,337. Faktor mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media terdiri atas tiga pernyataan, antara lain: mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media, meningkatkan eksistensi di media sosial, dan mengunjungi tempat yang direkomendasikan oleh teman.
6. Faktor keenam diberi nama romantisme dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,122. Faktor romantisme terdiri atas dua pernyataan, antara lain ingin mengabadikan momen istimewa bersama pasangan dan menghabiskan waktu dengan pasangan.

### Faktor Penarik

Faktor yang terdapat pada daerah atau wilayah tujuan wisatawan yang memiliki kemampuan untuk menarik pengunjung milenial untuk berkunjung. Pada studi ini indikator faktor penarik yang digunakan berjumlah 12 indikator yang diberikan kepada 130 orang pengunjung yang berkunjung ke Pantai Cinta Kedungu, Tabanan. Kemudian 12 indikator tersebut dianalisis dengan menggunakan metode analisis faktor yang sudah dilakukan dengan menggunakan program SPSS 23.0 *for Windows*. Hasil analisis faktor menggunakan program SPSS 23.0 *for Windows* terdapat 12 indikator yang dinyatakan sudah memenuhi syarat indikator yang dinyatakan sudah memenuhi syarat uji KMO, Bartlett's Test, uji MSA dan dilanjutkan dengan rotasi faktor, menentukan jumlah faktor lalu diakhiri dengan interpretasi faktor. Hasil dari *loading* faktor dari indikator pendorong tersebut kemudian menghasilkan tiga faktor baru. Pantai Cinta kedungu terbentuk menjadi tiga faktor baru yaitu:

1. Faktor pertama diberi nama fasilitas dan produk dengan memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 5,992. Faktor fasilitas dan produk terdiri atas enam pernyataan, antara lain: fasilitas yang memadai, lokasi Pantai Cinta Kedungu yang strategis, cuaca yang cerah dan berangin di Pantai Cinta Kedungu, harga makanan dan minuman yang terjangkau, pilihan makanan dan minuman yang beragam, dan pelayanan dari

*waiter/waitress* yang cepat.

2. Faktor kedua diberi nama informasi mengenai daya tarik wisata dengan memiliki nilai *eigen value* sebesar 1,113. Adapun faktor informasi mengenai daya tarik wisata terdiri atas empat pernyataan, antara lain: berkunjung karena melihat ulasan yang baik di internet, promosi melalui sosial media yang menarik, *waiter/waitress* melayani dengan ramah, dan mendapatkan informasi dari keluarga.
3. Faktor ketiga diberi nama keindahan alam” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 1,006. Faktor keindahan alam terdiri atas dua pernyataan, yaitu: melihat keindahan sunset Pantai Cinta Kedungu, dan terdapat spot foto yang *instagrammable*.

### Faktor Dominan

Adapun faktor yang paling dominan mendorong pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu dapat dilihat dari nilai *eigenvalue* tertinggi dalam analisis faktor yaitu 10,578. Berdasarkan hasil studi maka yang menjadi faktor paling dominan yaitu faktor “mencari pasangan”. Faktor ini terdiri atas enam indikator yaitu: (1) ingin mencari pasangan, (2) lebih mengenal diri sendiri, (3) ingin bertemu dengan orang-orang baru, (4) ingin bersosialisasi dengan pengunjung, (5) ingin memperbanyak relasi, dan (6) mengunjungi tempat yang direkomendasikan oleh teman. Faktor “mencari pasangan”, mengungguli faktor lain dengan persentase *variance* sebesar 39,179% dan nilai *eigenvalue* sebesar 10,578. Hasil tersebut sesuai dengan lokasi Pantai Cinta Kedungu yang sesuai untuk pengunjung yang ingin mencari pasangan, karena didominasi oleh pengunjung dengan rentang usia yang sama, yaitu antara 21-25 Tahun (82,3%). Hasil tersebut berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Sugiartawan (2019) yang menyatakan bahwa faktor yang paling dominan mendorong wisatawan milenial berkunjung ke Kuta Selatan yaitu faktor “mencoba gaya hidup baru”.

Faktor yang paling dominan menarik pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu dapat dilihat dari nilai *eigenvalue* tertinggi dalam analisis faktor yaitu 5,944. Berdasarkan hasil studi maka yang menjadi faktor paling dominan yaitu faktor “Fasilitas dan Produk”. Faktor ini terdiri atas enam indikator yaitu: (1) fasilitas yang memadai, (2)

lokasi Pantai Cinta Kedungu yang strategis, (3) cuaca yang cerah dan berangin di pantai cinta kedungu, (4) harga makanan dan minuman yang terjangkau, (5) pilihan makanan dan minuman yang beragam, dan (6) pelayanan dari waiter/waitress yang cepat. Faktor “fasilitas dan produk”, mengungguli faktor lain dengan persentase variance sebesar 49,536% dan nilai *eigenvalue* sebesar 5,944. Hasil tersebut karena Pantai Cinta Kedungu memiliki fasilitas berupa meja kayu yang unik serta tempat duduk (*bean bag*) yang berwarna-warni sehingga terlihat aesthetic saat diabadikan dan diunggah di media sosial. Hasil tersebut berbeda dengan studi yang dilakukan oleh Sugiartawan (2019) yang menyatakan bahwa faktor dominan yang menarik wisatawan milenial berkunjung ke Kuta Selatan yaitu viralnya Kuta Selatan. berasal dari Denpasar (39,2%), berjenis kelamin perempuan (66,9%), berusia 21-25 Tahun (82,3%), berstatus belum menikah (91,3%), memiliki tingkat pendidikan S1 (46,2%), berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (42%), melakukan kunjungan dengan teman (50%), jumlah rekan yang diajak berkunjung yaitu 1 orang (47,7%), berkunjung pada waktu weekend (67,7%), dan memiliki pengeluaran Rp. 101-200 ribu (51,5%) selama berkunjung di Pantai Cinta Kedungu.

Ditinjau berdasarkan faktor pendorong, faktor pendorong yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu dibagi menjadi enam faktor, yaitu: (1) faktor mencari pasangan, (2) faktor mencari kebaruan, (3) faktor menghabiskan waktu dengan keluarga, (4) faktor melepaskan diri dari rutinitas, (5) faktor mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media, dan (6) faktor romantisme. sedangkan, ditinjau berdasarkan faktor penarik, faktor penarik yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta kedungu dibagi menjadi tiga faktor, yaitu: (1) faktor fasilitas dan produk, (2) faktor informasi mengenai daya tarik wisata, dan (3) faktor keindahan alam.

Berdasarkan hasil analisis, faktor pendorong yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu yaitu “Faktor mencari pasangan” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 10,578. Sedangkan, faktor penarik yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi

Pantai Cinta Kedungu yaitu Faktor “fasilitas dan produk” dengan nilai *eigenvalue* 5,944.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Karakteristik pengunjung yang milenial yang mengunjungi Pantai Cinta Kedungu didominasi oleh pengunjung yang berasal dari Denpasar (39,2%), berjenis kelamin perempuan (66,9%), berusia 21-25 tahun (82,3%), berstatus belum menikah (91,3%), memiliki tingkat pendidikan S1 (46,2%), berstatus sebagai pelajar/mahasiswa (42%), melakukan kunjungan dengan teman (50%), jumlah rekan yang diajak berkunjung yaitu 1 orang (47,7%), berkunjung pada waktu weekend (67,7%), dan memiliki pengeluaran Rp. 101-200 ribu (51,5%) selama berkunjung di Pantai Cinta Kedungu.

Ditinjau berdasarkan faktor pendorong, faktor pendorong yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu dibagi menjadi enam faktor, yaitu (1) faktor mencari pasangan, (2) faktor mencari kebaruan, (3) faktor menghabiskan waktu dengan keluarga, (4) faktor melepaskan diri dari rutinitas, (5) faktor mengunjungi tempat yang terkenal di sosial media, dan (6) faktor romantisme. Sedangkan, ditinjau berdasarkan faktor penarik, faktor penarik yang mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta kedungu dibagi menjadi tiga faktor, yaitu (1) faktor fasilitas dan produk, (2) faktor informasi mengenai daya tarik wisata, dan (3) faktor keindahan alam.

Berdasarkan hasil analisis, faktor pendorong yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu yaitu “Faktor mencari pasangan” dengan nilai *eigenvalue* sebesar 10,578. Sedangkan, faktor penarik yang paling dominan mempengaruhi keputusan pengunjung milenial mengunjungi Pantai Cinta Kedungu yaitu Faktor “fasilitas dan produk” dengan nilai *eigenvalue* 5,944.

### Saran

Berdasarkan analisis mengenai faktor penarik, salah satu pernyataan yang memiliki loading faktor rendah adalah “pilihan makanan dan minuman yang beragam” maka dari itu disarankan kepada pihak pengelola Pantai Cinta

Kedungu untuk menambah variasi menu makanan dan minuman guna menarik lebih banyak pengunjung kedepannya.

Berdasarkan komentar dari beberapa responden pada kuesioner, bahwa akses jalan menuju Pantai Cinta Kedungu masih belum memadai, maka dari itu disarankan kepada pihak pengelola untuk memperbaiki akses jalan tersebut sehingga pengunjung merasa nyaman untuk berkunjung.

## **Kepustakaan**

- Awaritefe, O. D. 2004. *Motivation and Other Considerations in Tourist Destination Choice: A Case Study of Nigeria*. Tourism Geographies. An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, 6(3), 303–330
- Dewi, Luh Gede Leli Kusuma. 2020. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Atraksi Wisata Oleh Wisatawan Milenial Selama Berwisata di Bali*. Jurnal IPTA Vol. 8 No. 2 Desember 2020
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, dkk. 2006. *Multivariate Data Analysis Pearson International Edition 6*. New Jersey Kotler, Philip; Armstrong, Garry. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, I G. dan Gayatri, P G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Pramono, Jaya. 2020. *Destination Successes Factors for Millenial Travelers Case Study of Tanah Lot Temple, Tabanan, Bali*. Adi Journal on Recent Innovation Vol. 1 No. 2 Maret 2020.
- Rinandiyana, Lucky Hadi. 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oleh Generasi Milenial Pada Industri Kuliner di Kota Tasikmalaya*. Jurnal Ekonomi Manajemen Volume 3 No. 1 (Mei 2017).