

Dariusman Abdillah: Analisis Faktor Pendorong dan Penarik
Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Bali Utara

**ANALISIS FAKTOR PENDORONG DAN PENARIK
MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG
KE BALI UTARA**

***AN ANALYSIS OF PUSH AND PULL MOTIVATIONAL
FACTORS OF TOURISTS TO NORTH BALI***

Dariusman Abdillah

*Peneliti di Asdep Penelitian dan Pengembangan kebijakan
Kepariwisata - Kementerian Pariwisata
Jl. Medan Merdeka Barat No. 17, 10110, Jakarta
Email: dariusgeopar@gmail.com*

Diterima: 20 Maret 2017 , Direvisi: 10 April 2017, Diterbitkan: 12 Juni
2017

Abstract

North Bali region has a diverse tourism potential and already known in and outside the country but the number of tourist visits are still far behind from southern Bali. This happens can not be separated from the motivation of visiting tourists. How to increase the motivation of tourists to come to visit is a problem that will be raised with the aim to show the strategy formulation to increase the motivation of tourists visiting the tourist destinations in North Bali, with attention to the factors of attraction and pusher. Analysis method using SWOT analysis. Improving the governance of tourist attraction, amenities, accessibility, preserving nature and culture, promoting to the country of origin of tourists, and making legal signs as a poduk of local and central government policies that support the development of environmentally sound tourism are strategic steps must be done by involving various stakeholders.

Keywords: *marine tourism, Lampung bay, coastal, tourism development strategy.*

Abstrak

Kawasan Bali Utara mempunyai potensi wisata yang beragam dan sudah di kenal tetapi jumlah kunjungan wisatawan masih jauh tertinggal jika dibandingkan dengan Bali Selatan. Hal ini terjadi karena kurangnya motivasi wisatawan berkunjung kawasan ini. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui faktor pendorong dan penarik wisatawan untuk berkunjung. Metode yang digunakan adalah analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bali Utara memiliki potensi wisata yang beragam dan unik namun belum didukung oleh kualitas amenities, aksesibilitas, dan promosi. Simpulan penelitian ini adalah faktor pendorong utama wisatawan berkunjung ke Bali Utara

adalah *gain a new knowledge and experience, visit new place*, dan *rest and relaxation* sedangkan faktor penarik utama wisatawan berkunjung adalah *nature, history*, dan *the appropriate price*. Rekomendasi yang dapat diusulkan adalah melakukan pelatihan manajemen pariwisata kepada tenaga kerja pariwisata agar pelayanan terhadap wisatawan yang sesuai dengan harapan, menjaga kelestarian alam dan budaya untuk mempertahankan keunikan, dan meningkatkan kualitas amenities dan aksesibilitas, serta melakukan promosi pariwisata.

Kata Kunci: faktor penarik dan pendorong, motivasi, potensi wisata Bali Utara

PENDAHULUAN

Pemerintah Indonesia berharap sektor pariwisata dapat menjadi mesin penggerak ekonomi dan penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di Indonesia sehingga mampu memberikan sumbangsih untuk mensejahterakan masyarakat. Artinya, pembangunan pariwisata diharapkan mampu memberikan kesempatan bagi seluruh masyarakat di sekitar destinasi untuk berusaha dan bekerja sehingga mampu memberi andil besar dalam meningkatkan perekonomian dan penghapusan kemiskinan.

Pengembangan sektor pariwisata secara langsung dapat meningkatkan pendapatan masyarakat terutama masyarakat lokal pada masing-masing destinasi wisata. Secara sosial politik, pengembangan pariwisata

bahari bagi perjalanan wisata nusantara, dapat menumbuhkan dan memperkuat rasa cinta tanah air, serta persatuan dan kesatuan bangsa. Secara kewilayahan, kepariwisataan Indonesia memiliki karakter multi-sektor dan lintas regional secara konkret akan mendorong pembangunan infrastruktur dan fasilitas kepariwisataan dan ekonomi kreatif yang akan menggerakkan arus investasi dan pengembangan wilayah (RPJMN Sektor Pariwisata 2015 – 2019, 2014: iv).

Pengembangan kepariwisataan nasional harus tetap menjunjung ciri khas bangsa Indonesia khususnya potensi alam, budaya dan kearifan lokal masyarakat setempat. Norma-norma agama dan nilai-nilai budaya dalam setiap segi kehidupan akan mewarnai pengembangan kepariwisataan nasional

dalam rangka mewujudkan kehidupan yang kondusif terhadap ideologi, politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan. Pengembangan wilayah juga harus mengacu pada potensi wilayah baik potensi wisata (wisata alam dan budaya) maupun produk kreatif hasil kreativitas masyarakat.

Tujuan pariwisata akan dapat tercapai dengan efektif jika pembangunan dilakukan dengan perencanaan yang baik dan terintegrasi dengan pengembangan daerah secara keseluruhan, karena sektor pariwisata mempunyai nilai penting dan kontribusi dengan dimensi yang luas, baik secara ekonomi, sosial politik, budaya, kewilayahan dan lingkungan. Secara ekonomi, memberikan kontribusi nyata dalam perolehan devisa negara, pendapatan asli daerah dan juga penyerapan tenaga kerja pada usaha-usaha kepariwisataan.

Provinsi Bali merupakan salah satu destinasi yang paling banyak mendatangkan wisatawan. Banyak provinsi-provinsi lain di Indonesia menjadikan Bali sebagai acuan dalam pengembangan wisata di daerahnya masing-

masing. Namun pada kenyataannya tidak semua wilayah Bali menjadi target kunjungan wisatawan. Data kunjungan wisatawan ke Bali menunjukkan terjadi ketimpangan antara wisatawan yang berkunjung ke Bali Selatan daripada ke Bali Utara. Sementara itu keberagaman daya tarik wisata yang ada di kedua wilayah ini tidak jauh berbeda dan memiliki masing-masing wilayah memiliki keunikan sebagai penarik utama kunjungan wisatawan. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 menyatakan daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Penyebaran informasi tentang keberagaman dan keunikan daya tarik wisata yang dimiliki destinasi wisata di Bali Utara sangat diperlukan agar wisatawan dapat mengetahui dengan pasti destinasi wisata yang akan dikunjunginya dan diharapkan dapat memberikan motivasi wisatawan

untuk berkunjung. Langkah penyebaran informasi ini tidak ada gunanya jika informasi yang diberikan tidak sesuai dengan keinginan yang akan dicapai oleh wisatawan yang ingin berwisata. Informasi yang tepat dapat diberikan jika kita telah mengetahui apa yang memotivasi wisatawan itu berkunjung dan mengetahui potensi daya tarik wisata yang sesuai dengan apa yang mereka ingin mereka lihat, rasakan, dan nikmati.

Menurut Spillane (1994: 30) ada kelompok aktor utama pelaku pariwisata:

- Manusia yang mencari kepuasan/kesejahteraan lewat perjalanannya sebagai wisatawan/tamu (*guests*).
- Manusia yang tinggal dan berdomisili dalam masyarakat yang menjadi alat pariwisata yaitu tuan rumah/penduduk setempat (*hosts*).
- Manusia yang mempromosikan dan menjadi perantaranya yaitu bisnis pariwisata/perantara (*brokers*).

Selanjutnya menurut Maryani, E., (1991:11), tujuan wisatawan berkunjung ke daya tarik wisata yaitu:

- *What to see*, Atraksi wisata adalah hal utama yang ingin di saksikan dan dinikmati pengunjung dan wisatawan. Atraksi wisata diharapkan adalah sesuatu yang berbeda dibandingkan dengan atraksi di lokasi daya tarik wisata yang sejenis, memiliki daya tarik khusus, pemandangan alam, kegiatan, kesenian.
- *What to do*, fasilitas rekreasi yang diharapkan adalah fasilitas yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu.
- *What to buy*, fasilitas berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat, merupakan sesuatu yang diharapkan dapat dibawa pulang oleh wisatawan sebagai oleh-oleh, dan dapat memberikan kenangan berwisata yang lebih lama.
- *What to arrived*, aksesibilitas, kesediaan sarana transportasi, merupakan sarana yang dibutuhkan wisatawan untuk dapat sampai di lokasi tujuan wisata. Selain itu, informasi tentang jarak dan waktu tempuh sangat mempengaruhi dalam memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung/berwisata.

- *What to stay*, ketersediaan akomodasi, berupa hotel bintang, non bintang, ataupun penginapan sangat dibutuhkan wisatawan yang ingin tinggal lebih lama di destinasi wisata.

Pengelolaan pariwisata bukanlah sesuatu yang mudah untuk dilaksanakan, karena banyak faktor-faktor yang mempengaruhinya. Ada dua sisi yang harus diperhatikan dalam usaha tersebut baik itu dari wisatawan sebagai pengguna jasa dan dari sisi penyedia jasa pariwisatanya. Kawasan Bali Utara sebagai penyedia jasa memiliki daya tarik wisata yang potensial untuk dikembangkan dengan segala keunikannya sehingga cukup banyak mendatangkan investor yang ikut terlibat dalam pengembangan pariwisata di wilayah ini. Di sisi lain wisatawan sebagai pengguna jasa harus dapat di tingkatkan motivasinya untuk berkunjung.

Upaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan adalah dengan meningkatkan minat dan motivasi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata yang ada baik itu wisatawan maupun pergerakan wisatawan nusantara. Salah satu

cara yang dapat dilakukan adalah dengan mencoba untuk mengetahui apa faktor pendorong dan penarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata tertentu dan yang menjadi alasan melakukan kunjungan berulang-ulang. Sejalan dengan itu perlu dilakukan pula penilaian terhadap kualitas daya tarik suatu daerah tujuan wisata sehingga dipilih untuk dikunjungi oleh wisatawan.

Menurut Moutinho, (2000) dalam Esichaikul, R., (2012:48) "*Motivation is a state of need or a condition that drives an individual toward certain types of action that are seen as likely to bring satisfaction*". Motivasi adalah situasi yang mendorong individu terhadap suatu tindakan yang mungkin untuk membawa kepuasan. Keputusan yang diambil untuk melakukan perjalanan wisata menuju daerah tujuan wisata tertentu dipengaruhi oleh faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal faktor yang mendorong wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata namun belum mengetahui atau belum memutuskan daerah tujuan wisatanya. Sementara itu

faktor eksternal adalah faktor yang memotivasi wisatawan untuk memilih daerah tujuan wisata tertentu sebagai pilihan tempat untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Menurut Yoon, Y., Uysal, M., (2005:46), *"An internal motive is associated with drives, feelings, and instincts. An external motive involves mental representations such as knowledge or beliefs." ... "Push motivations are more related to internal or emotional aspects. Pull motivations, on the other hand, are connected to external, situational, or cognitive aspects."* Jadi dapat dikatakan bahwa motif internal terkait dengan dorongan, perasaan dan naluri sedangkan motif eksternal melibatkan representasi mental seperti keyakinan atau pengetahuan. Faktor pendorong dan penarik merupakan faktor-faktor yang memicu dan mempengaruhi pikiran manusia atau individu untuk melaksanakan suatu aktivitas dalam usaha memenuhi kebutuhannya.

Mill and Morrison (1998) *argue that motivation arises when an*

individual wants to satisfy a need. (berpendapat bahwa motivasi muncul ketika seseorang ingin memenuhi kebutuhan). H. A. Maslow (Motivation & Personality, 1970), berpendapat bahwa orang melakukan perjalanan karena alasan kebutuhan atau *need* yang terdiri dari:

- *Physiological needs*, kebutuhan akan makanan, air dan udara.
- *The needs for security and safety*, kebutuhan keamanan dan keselamatan.
- *The survival needs*, kebutuhan akan keberadaannya, dicintai dan mencintai.
- *The self actualization/realization needs*, kebutuhan pengakuan diri.
- *The needs to develop one's own potential*, kebutuhan pengembangan potensi diri.
- *The need to create or building one's own personality and character*, kebutuhan akan menciptakan, membangun kepribadian dan karakternya.
- *The need for change, divertissement, new scenery and experience*, kebutuhan akan perubahan, pelepasan, suasana, dan pengalaman baru.

Peningkatan motivasi wisatawan dapat dipahami

sebagai suatu peningkatan keinginan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata khususnya di Bali Utara dan dapat memuaskan keinginan wisatawan atau pengunjung dengan segala pesona potensi wisata yang dimilikinya sehingga memunculkan keinginan untuk datang kembali. Permasalahan yang muncul adalah bagaimana caranya untuk meningkatkan motivasi wisatawan untuk datang berkunjung dan berwisata ke wilayah Bali Utara?. Sejalan dengan pertanyaan tersebut maka yang menjadi tujuan dari tulisan ini adalah untuk memperlihatkan rumusan strategi meningkatkan motivasi wisatawan berkunjung ke destinasi wisata di Bali Utara, dalam usaha meningkatkan kunjungan wisatawan dan pendapatan masyarakat.

METODE

Data yang dihimpun menggunakan metode kuantitatif dan kualitatif. Pendekatan kuantitatif menekankan pada perhitungan data-data berupa angka. Metode ini menggunakan ukuran yang lebih pasti dari penilaian pertanyaan yang dilakukan. Dalam menghim-

pun data kuantitatif akan dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner. Kuisisioner terdiri dari pertanyaan/ Pernyataan yang menggambarkan atribut daya tarik wisata dan motivasi berkunjung yang didistribusikan kepada wisatawan yang datang ke destinasi wisata Bali Utara pada bulan Agustus sampai dengan November tahun 2016. Penyusunan kuesioner menggunakan skala likert. Pendekatan kualitatif dilakukan berdasarkan keadaan situasi dan lingkungan yang ada secara alami. Data dan informasi lapangan ditarik makna dan konsep menyesuaikan pada peristiwa-peristiwa yang dialami pada saat melakukan observasi. Pendekatan kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang berorientasi pada gejala-gejala yang bersifat alamiah karena orientasinya demikian, maka sifatnya naturalistik dan mendasar atau bersifat kealamiahannya serta tidak bisa dilakukan di laboratorium melainkan harus terjun di lapangan. Oleh sebab itu, penelitian semacam ini disebut dengan *field study* (Nazir.M., 1986:159.). Penelitian

kualitatif mengkaji perspektif partisipan dengan strategi-strategi yang bersifat interaktif dan fleksibel. Penelitian kualitatif ditujukan untuk memahami fenomena-fenomena sosial dari sudut pandang partisipan. Dengan demikian arti atau pengertian penelitian kualitatif tersebut adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono, 2005).

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dan kualitatif. Analisis kuantitatif yang digunakan analisis kuantitatif deskriptif yang menggunakan statistik deskriptif. Hasil pengolahan akan ditampilkan dalam bentuk angka-angka agar lebih mudah dimaknai. Sifat dari analisis ini hanya mengorganisasi dan menganalisis data angka agar dapat memberikan gambaran secara teratur, ringkas dan jelas, mengenai keadaan daerah tujuan wisata dan faktor-faktor yang memotivasi kunjungan wisatawan.

Analisis selanjutnya adalah analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) yang merupakan analisis kualitatif akan mengkaji faktor-faktor internal (kekuatan, kelemahan) dan eksternal (kesempatan, ancaman). Hasil analisis ini diharapkan akan mengam-barkan pandangan dasar mengenai strategi yang diperlukan untuk mencapai tujuannya. Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis yang membandingkan antara faktor internal dengan faktor eksternal. Rangkuti (dalam Arsyadha, 2002:56) menyatakan bahwa kekuatan dan kelemahan lebih banyak terjadi di lingkungan dalam (internal), sedangkan kesempatan dan ancaman banyak terjadi di luar lingkungan. Metode analisis ini mendasarkan pada logika yang tujuannya untuk memaksimalkan potensi dan kesempatan namun secara bersamaan dapat meminimalkan kendala dan ancaman dengan harapan akan memberikan keluaran berupa target dan perlakuan untuk mencapai tujuan. Strategi yang dihasilkan dalam analisis SWOT antara lain:

1. Strategi SO, digunakan untuk menarik keuntungan dari peluang yang tersedia dalam lingkungan eksternal.
2. Strategi WO, digunakan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang dari lingkungan eksternal.
3. Strategi ST, digunakan untuk memperkecil dampak yang akan terjadi dari lingkungan eksternal.
4. Strategi WT, bertujuan untuk memperkecil kelemahan internal dan mengurangi tantangan eksternal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Wisata Wilayah Bali Utara

Wilayah Bali Utara cukup banyak memiliki potensi daya tarik wisata sebagai faktor penarik wisatawan untuk datang berkunjung. Potensi wisata di wilayah ini sudah cukup terkenal baik untuk wisatawan nusantara maupun wisatawan. Berbagai informasi terkait dengan potensi wisata di wilayah ini dapat diketahui dari berbagai media informasi. Wilayah Bali Utara secara administratif masuk dalam wilayah Kabupaten Buleleng,

memiliki beraneka jenis daya tarik wisata, baik itu wisata alam maupun budaya (khusus wisata buatan dalam tulisan ini dimasukkan dalam wisata budaya).

Adapun potensi wisata yang ada di wilayah Kabupaten Buleleng (Bali Utara) antara lain yaitu:

1. Wisata alam.

- Pantai Lovina; merupakan hamparan pasir putih dengan ombak yang tenang, perilaku lumba-lumba yang sering muncul pada pagi hari, tempat *snorkeling* dan *diving*.

- Danau Buyan & Danau Tamblingan; merupakan dua buah danau yang terletak berdampingan seakan-akan seperti danau kembar, kedua danau ini hanya dapat di lihat dari atas danau tepatnya dari Desa Asah.

- Air Terjun Gitgit & Air Terjun Kembar (Twin Waterfall); Air terjun Gitgit merupakan air terjun tertinggi di Pulau Bali, sedangkan air terjun kembar atau warga menyebutnya dengan air terjun campuhan terletak diatas air terjun gitgit, yang jaraknya berdekatan.

- Air Panas Banjar; masyarakat local sering menyebut yeh panes banjar, merupakan pemandian air panas yang ramai dikunjungi wisatawan baik domestik maupun manca negara.

- Pantai Pemuteran; merupakan salah satu pantai terindah yang dimiliki Kabupaten Buleleng, memiliki keanekaragaman terumbu karang sehingga banyak wisatawan menyelam.

- Pulau Menjangan; memiliki keindahan terumbu karang yang masuk dalam 10 besar terumbu karang terindah di Indonesia. Di kawasan ini juga dapat melihat satwa menjangan yang hidup bebas di alam liar serta sudah dibangun berbagai fasilitas pariwisata seperti resort.

- Taman Nasional Bali Barat; merupakan konservasi hutan lindung yang memiliki bermacam-macam jenis hewan endemik dan yang paling terkenal adalah burung Jalak Bali.

2. Wisata Budaya.

- Kota Singaraja merupakan pelabuhan kuno yang saat ini dikemas menjadi pusat

wisata kuliner dengan dibangunnya rumah makan terapung yang menyediakan aneka masakan nusantara.

- Desa Julah dan Desa Sembiran merupakan dua desa kuno di Buleleng yang memiliki peninggalan-peninggalan pada masa megalitik dan terdapat situs Batu Gambir Arit, sebuah situs yang diyakini berusia 2000 tahun sebelum masehi;

- Museum Gedong Kirtya merupakan satu-satunya museum lontar di dunia, yaitu museum yang menyimpan, memelihara dan meneliti peninggalan berupa tulisan-tulisan, mantra yang ditulis pada daun lontar.

Museum Buleleng terletak di lingkungan Pura Seni Sasana Budaya Singaraja. Museum Buleleng didirikan pada tanggal 30 Maret 2002, tersimpan koleksi-koleksi yang meliputi benda-benda peninggalan purbakala seperti sarkofagus, patung, senjata dan

lainnya. Tersimpan pula benda-benda seni seperti lukisan, kain-kain, kerajinan emas dan perak serta berbagai benda-benda yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat Bali Utara seperti alat pertanian dan alat nelayan (Asosiasi Museum

Indonesia.org, 2016).

- Pertunjukan sapi gerumbungan merupakan sejenis balap-an sapi yang dilakukan masyarakat di Kabupaten Buleleng. Masing-masing peserta akan dibekali dengan dua ekor sapi pilihan merek dihiasi dengan perlengkapan hias khas Bali. Pertunjukan ini merupakan tradisi kuno yang unik dan biasa diselenggarakan selama bulan Agustus di lapangan Kaliasem, Lovina, Singaraja. Tradisi kuno yang unik ini diresmikan oleh Bupati Buleleng pada tahun 2002, dengan tujuan agar pelaksanaannya lebih tertib dan terprogram. Wisatawan yang berminat dapat pula menjadi

joki dalam pertunjukan ini karena sapi yang dipilih dalam lomba ini sudah terlatih, sehingga cukup aman sekaligus dapat memberikan pengalaman yang tidak terlupakan bagi wisatawan yang beruntung dapat mengikutinya (e-kuta.com-Official, 2008);

- Pura Dalem Jagaraga adalah salah satu pura yang penuh dengan daya tarik bagi wisatawan yang mengunjunginya. Pura ini merupakan salah satu dari lingkungan Pura Kahyangan Tiga Jagaraga yang secara umumnya memiliki ciri-ciri yang sama dengan Pura Dalem lainnya di Bali seperti lokasinya yang dekat dengan kuburan, memiliki hiasan-hiasan patung yang berwajah seram dan menakutkan diantaranya patung Betara Durga yang terkenal itu. Pura Jagaraga memiliki beberapa keunikan diantaranya adalah memiliki pahatan relief di

tembok paling depan di bagian luar lingkungan pura ini, dimana dalam reliefnya itu melukiskan pertempuran pesawat udara model kuno, perampokan bersenjata, perahu, orang yang sedang meminum bir. Juga yang tentunya tak kalah menariknya ialah adanya patung Men Branyut, yakni cerita rakyat yang cukup terkenal menggambarkan keluarga yang terlalu banyak mempunyai anak dan digambarkan suka duka orang tua ini yang penuh dengan kelucuan (Wisata Bali, 1999);

- Wihara Brahma Budha merupakan vihara agama Budha yang juga dikenal dengan nama Brahmavihara-Arama adalah sebuah vihara yang indah dan merupakan tempat ibadah umat Buddha terbesar di Bali. Tempat ini lebih dikenal dengan nama Vihara Buddha Banjar karena letaknya ada di desa Banjar, Buleleng.

Vihara ini tepatnya terletak di daerah perbukitan di Dusun Tegeha, Kecamatan Banjar, 22 kilometer sebelah barat Singaraja dan 11 kilometer dari kawasan wisata Lovina. Suasananya sepi dan tenang serta pemandangan langsung ke pantai Lovina menyebabkan vihara Buddha ini sebagai tempat meditasi yang sempurna. Bangunan yang artistik dan unik juga menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Brahmavihara-Arama didirikan tahun 1969 di atas lahan seluas kurang lebih 4 hektar dan diselesaikan satu tahun setelahnya. Pada tahun 1973 bangunan suci ini baru diresmikan sebagai vihara Buddha utama. Sebelumnya memang sudah berdiri vihara yang berlokasi di pemandian air panas Banjar, namun pada saat itu pengikutnya (*upcaka*) masih sangat terbatas sehingga Brahmavihara-Arama dipandang sebagai

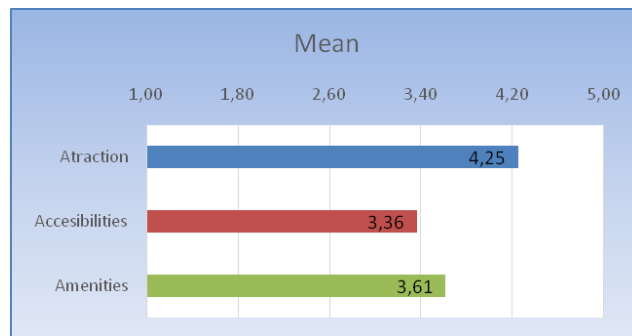
tempat yang lebih layak. Brahmavihara-Arama terdiri dari tiga kata yaitu: Brahma, Vihara dan Arama. Brahma berarti terpuji/mulia. Vihara berarti cara hidup, dan Arama berarti tempat. Dari gabungan kata tersebut, dapat disimpulkan bahwa makna dari Brahmavihara-Arama adalah suatu tempat untuk melatih diri, menempa perilaku luhur/terpuji yang dalam ajaran Buddha meliputi Metta, Karuna, Mudita dan Upekkha.

Keberagaman ini menyebabkan wisatawan yang datang berkunjung memiliki kesempatan untuk menikmati beragam atraksi wisata yang ada. Wisatawan yang berkunjung ke Bali Utara mengakui bahwa destinasi wisata Bali Utara memiliki keberagaman atraksi wisata alam yang sangat baik demikian pula dengan keberagaman atraksi budayanya. Hal ini menunjukkan bahwa potensi atraksi wisata di wilayah Bali Utara menjanjikan berbagai kesenangan yang akan diperoleh wisatawan.

Tabel 1. Pendapat responden terhadap Destinasi wisata Bali Utara

<i>No</i>	<i>Destination Variable</i>	<i>Result</i>	<i>Mean</i>
1.	<i>Atraction</i>	<i>Very good</i>	4.25
2.	<i>Accesibilities</i>	<i>Good enough</i>	3.36
3.	<i>Amenities</i>	<i>Good</i>	3.61
<i>Total Mean</i>		<i>Good</i>	3.74

Sumber: Abdillah, D (2016)



Gambar 1. Grafik Pendapat responden terhadap Destinasi wisata Bali Utara

Sumber: Abdillah, D (2016)

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa atraksi wisata yang ada di wilayah Bali Utara secara umum dinyatakan sangat baik oleh wisatawan, amenitasnya dikategorikan baik, dan aksesibilitas dinilai cukup baik. Hal ini dilihat dari variabel atraksi mendapatkan nilai tertinggi dibandingkan dengan aksesibilitas dan amenitas, hal ini menunjukkan bahwa atraksi wisata adalah faktor utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke Bali Utara. Selain itu penerimaan masyarakat yang sangat baik juga ikut mendukung dalam

memberikan kenyamanan dan rasa aman kepada wisatawan yang sedang menikmati liburan juga menjadi hal yang memotivasi wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung. Pelaku industri pariwisata yang ada di Bali Utara juga diakui mempunyai kemampuan pengelolaan yang baik khususnya dalam pengelolaan wisatawan. Namun untuk pengelolaan atraksi wisatanya masih dinilai cukup saja. Secara keseluruhan atraksi wisata yang ada dinilai baik oleh

wisatawan yang datang berkunjung.

Aksesibilitas merupakan faktor pendukung yang sangat penting dan mempengaruhi kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata, baik itu akses melalui udara, darat maupun laut. Sebagus dan semenarik apapun suatu atraksi wisata jika pencapaian sangat sulit mungkin untuk tidak menjadi pilihan kunjungan wisatawan oleh karenanya ketersediaan sarana dan prasarana transportasi mutlak diperlukan. Ketersediaan moda transportasi darat yang meliputi rute dan jadwal dari dan ke destinasi Bali Utara dinilai baik oleh wisatawan yang berpartisipasi sebagai responden, sedangkan untuk kondisi jalan menuju destinasi wisata dinilai cukup representatif. Sementara itu untuk ketersediaan transportasi udara dan pelayanan transportasi laut hanya dinilai cukup. Secara keseluruhan aksesibilitas menuju dan di destinasi wisata Bali Utara dinilai cukup.

Amenitas atau sarana wisata di destinasi wisata

Bali Utara secara keseluruhan dinilai baik oleh wisatawan yang berpartisipasi sebagai responden. Ketersediaan restoran di destinasi wisata dinilai sangat baik. Pada pengelolaan limbah dinilai tidak baik hal ini menunjukkan bahwa sistem pengelolaan limbah di destinasi wisata Bali Utara belum sesuai dengan harapan wisatawan. Sementara itu untuk ketersediaan air bersih hanya dinilai cukup. Untuk kesehatan, listrik, telekomunikasi, keamanan, TIC, keimigrasian dan ketersediaan sarana penjualan barang-barang cinderamata dinilai baik.

Dalam usaha meningkatkan kunjungan wisata di suatu destinasi, peningkatan motivasi berkunjung ini sangat perlu dilakukan agar wisatawan memutuskan untuk berkunjung khususnya ke Bali Utara. Untuk itu perlu disusun suatu strategi yang berdasarkan pada penilaian yang diberikan oleh wisatawan yang telah memperoleh pengalaman berwisata di destinasi wisata Bali Utara ini. Penyusunan dimulai dengan meng-

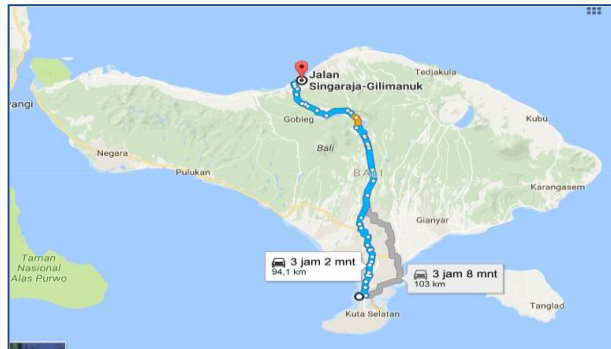
identifikasi hal-hal yang menjadi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh destinasi wisata berdasarkan pada penilaian wisatawan kemudian menyesuaikan dengan faktor pendorong dan penarik wisatawan berkunjung, selanjutnya melakukan penyebaran informasi tentang kondisi destinasi wisata yang telah mengalami peningkatan kualitas. Atraksi wisata yang ada di Bali Utara dinyatakan oleh responden sangat baik untuk keragaman atraksi dan aktivitas wisatanya serta penerimaan masyarakatnya, sedangkan untuk pengelolaannya dinyatakan baik untuk pengelolaan pengunjung dan pengelolaan atraksinya. Jadi dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata yang ada di Bali Utara sangat baik. Tujuan utama orang berwisata terutama adalah untuk menyaksikan dan menikmati atraksi wisata yang dimiliki suatu destinasi wisata. Wilayah Bali Utara sudah memiliki apa yang akan disaksikan oleh wisatawan yang akan berlibur.

Atraksi wisata yang baik dan menarik saja tidaklah cukup untuk memotivasi wisatawan untuk memutuskan berkunjung. Ada dua variabel penting lainnya yaitu amenities dan aksesibilitas. Ada 10 indikator yang diminta pendapatnya kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Bali Utara yaitu yang terkait dengan sarana kesehatan, ketersediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, pengelolaan limbah/sampah, keamanan, keimigrasian, *Tourist Information Center* (TIC), restoran, dan toko suvenir. Delapan indikator terkait sarana di destinasi wisata Bali Utara dinyatakan baik dan restoran dinyatakan dinyatakan sangat baik, sementara ketersediaan air bersih dinyatakan cukup sedangkan pengelolaan limbah atau sampah dinyatakan tidak baik. Jadi terlihat bahwa amenities di destinasi wisata Bali Utara secara umum dinyatakan baik namun demikian perlu peningkatan. Khusus untuk manajemen pengelolaan limbah/sampah perlu mendapat perhatian lebih dan diadakan perbaikan

segera. Pengelolaan yang buruk sangat mempengaruhi pengelolaan sarana yang lainnya terutama dalam hal kesehatan. Kenyamanan wisatawan akan sangat terganggu bila lokasi suatu daya tarik wisata terlihat kotor dan penuh dengan sampah. Ketersediaan air bersih juga harus mendapat perhatian agar dapat dikelola dengan lebih baik lagi agar wisatawan tidak mengalami kesulitan untuk mendapatkannya.

Aksesibilitas ke dan di wilayah Bali Utara menurut responden belum optimal. Wisatawan yang berlibur di destinasi wisata Bali Utara hanya setuju menyatakan cukup akan eksistensi aksesibilitas di wilayah ini. Ketersediaan informasi *route* dan jadwal transportasi darat yang masih baik, sedangkan

untuk ketersediaan transportasi udara pelayanan transportasi laut hanya dinyatakan cukup, demikian pula dengan kondisi jalan yang sesuai untuk wisata. Bandar udara di Bali hanya tersedia di Bali Selatan sedangkan Bali Utara belum memiliki bandar udara sendiri. Sementara itu untuk perjalanan menggunakan transportasi darat dari bandar udara Bali Selatan ke Bali Utara memerlukan waktu lebih kurang tiga jam. Namun umumnya wisatawan ke Bali Utara akan menyempatkan untuk beristirahat di wilayah Bedugul sambil menikmati keindahan Danau Beratan. Selain itu masih terdapat daya tarik wisata yang dapat dinikmati selama perjalanan menuju wilayah Bali Utara.



Gambar 2. Peta alternatif rute jalur darat dari Bandar Udara Internasional Ngurah Ray, Bali Selatan menuju wilayah Pantai Lovina, Bali Utara.

Sumber: Google.map (2017), diolah

Kondisi seperti ini sangat mempersulit bagi wisatawan yang masih ingin menikmati keindahan dan kenyamanan daya tarik wisata di Bali Utara, sementara itu pesawat yang akan mengantarkan pulang kembali ke negaranya pada waktu pagi hari. Sehingga kemungkinan alternatif yang akan diambil wisatawan dengan kondisi seperti ini adalah dengan mengurangi waktu tinggal di Bali Utara untuk menginap di Bali Selatan. Secara umum wisatawan yang akan berwisata ke Bali Utara akan bermalam di Bali Selatan terlebih dahulu sambil menikmati daya tarik wisata yang ada di sekitarnya, sedangkan wisatawan yang

akan berlibur di Bali Selatan sangat tidak mungkin untuk berkunjung ke Bali Utara. Hal ini juga sangat mempengaruhi perbandingan jumlah kunjungan wisatawan ke Bali Utara dan Bali Selatan. Informasi kondisi jalan yang kurang baik juga akan menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Bali Utara.

Motivasi Kunjungan Wisatawan ke Bali Utara

Ada dua faktor penting yang memotivasi wisatawan untuk membuat keputusan dalam menentukan destinasi wisata yang akan dikunjungi. Hal ini berlaku pula terhadap wisatawan yang berkunjung

ke destinasi wisata Bali Utara. Kedua faktor yang dimaksud adalah faktor pendorong dan faktor penarik. Berdasarkan pada wisatawan sebagai responden menunjukkan bahwa ada tiga faktor pendorong utama wisatawan berkunjung ke destinasi wisata Bali Utara berturut-turut dari yang paling utama yaitu: (1) *gain a new knowledge and experience*; (2) *Visit new place*; (3) *rest and relaxation*. Sementara itu faktor penarik utamanya berturut-turut dari yang paling utama yaitu (1) *nature*; (2) *history*; (3) *the appropriate price*. Data tersebut menunjukkan bahwa pendorong utama/wisatawan yang berkunjung ke Bali Utara ini sangat sesuai dengan pola perjalanan wisata masyarakat dunia saat ini yang tidak hanya untuk melepaskan diri dari kesibukan sehari-hari tetapi lebih ingin mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru selain itu juga ingin mengunjungi tempat-tempat wisata yang belum mereka kunjungi dan juga untuk melepaskan diri dari kesibukan sehari-hari yang

bersifat rutin dengan beristirahat dan bersantai. Sementara itu hal yang membuat mereka tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata Bali Utara adalah lebih pada keindahan alam yang bersifat alami, selain itu juga sejarah kebudayaan masyarakat setempat yang tentunya sangat berbeda dengan budaya di negara asal mereka. Kesesuaian harga atau biaya yang dikeluarkan untuk perjalanan wisata ini juga ikut mendukung wisatawan ini dalam memutuskan berkunjung ke Bali Utara.

Menurut Mc Intosh (1977) dan Murphy (1985, cf. Sharpley, 1994) pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal yaitu: (1) *phisical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya; (2) *cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain.

Termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek tinggalan budaya; (3) interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga (*VFR, Visiting friends and relatives*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi, melakukan ziarah, pelarian dari

situasi-situasi yang membosankan, dan seterusnya. (4) *fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan *ego-enchancement* yang memberikan kepuasan fisiologis.

Tabel 2. Faktor Pendorong Wisatawan Berkunjung ke Destinasi Wisata Bali Utara

<i>NO</i>	<i>PUSH FACTOR</i>	<i>AGREE</i>	<i>NOT AGREE</i>
<i>1</i>	<i>Rest and relaxation</i>	72	28
<i>2</i>	<i>Visit new place</i>	90	10
<i>3</i>	<i>Gain a new knowledge and experience</i>	93	7
<i>4</i>	<i>Out of the daily routines</i>	69	31
<i>5</i>	<i>Improve my health and fitness</i>	52	48
<i>6</i>	<i>Visit family and friends</i>	28	72

Sumber: Abdillah, D (2016)

Tabel 3. Faktor Penarik Wisatawan Berkunjung ke Destinasi Wisata Bali Utara

<i>NO</i>	<i>PULL FACTOR</i>	<i>AGREE</i>	<i>NOT AGREE</i>
<i>1</i>	<i>History</i>	69	31
<i>2</i>	<i>Nature</i>	76	24
<i>3</i>	<i>The appropriate price</i>	65	35
<i>4</i>	<i>Event and festivals</i>	35	65
<i>5</i>	<i>Various type of food and</i>	58	42

Dariusman Abdillah: Analisis Faktor Pendorong dan Penarik
Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Bali Utara

<i>beverage</i>			
6	<i>Facilities and services quality</i>	59	41
7	<i>Security and comfort services</i>	41	59
8	<i>Service quality of travel agency</i>	31	69
9	<i>Service quality of tour guides</i>	42	58

Sumber: Abdillah, D (2016)

*Strategi Meningkatkan
Motivasi Berkunjung
Wisatawan ke Destinasi
Wisata Bali Utara*

Strategi meningkatkan motivasi berkunjung yang dimaksud disini adalah suatu bentuk strategi untuk dapat meningkatkan keinginan wisatawan dalam menentukan pilihan destinasi wisata yang akan dikunjunginya. Push Factor adalah faktor yang yang memotivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata yang datang dari pribadi wisatawan berupa keinginannya dalam pemenuhan kebutuhannya yang dalam hal ini adalah keinginannya untuk memanfaatkan waktu berliburnya. Kemudian ada faktor penarik yang merupakan faktor yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung kesuatu destinasi wisata yang berasal dari keadaan atau daya tarik tempat tujuan kunjungannya

dalam hal ini adalah daya tarik wisata dari destinasi yang sesuai dengan pemenuhan kebutuhan dari faktor pendorongnya. Kesesuaian antara faktor pendorong dan faktor penarik ini akan memberikan dampak pada kepuasan dan ketidakpuasan wisatawan tersebut. Jika kedua faktor ini sesuai maka akan menimbulkan dampak kepuasan bagi wisatawan dan jika tidak sesuai akan menimbulkan efek yang sebaliknya. Jika puas sangat memungkinkan wisatawan untuk datang kembali dan juga akan berbagi cerita tentang kepuasan yang dicapainya.

Pearce, P. L.(1988) menyatakan bahwa motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*). Se-

cara intrinsik motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan atau keinginan dari manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hierarki kebutuhan yang dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise, dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Motivasi wisatawan ditentukan juga oleh menarik atau tidaknya tempat tujuan wisatanya. Semakin besar potensi suatu daerah tujuan wisata semakin besar motivasi wisatawan untuk mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut. Besarnya potensi yang ada dalam suatu daerah tujuan wisata dapat dijadikan ukuran daya saing daerah tersebut dibandingkan dengan daerah lain. Potensi ini diukur tidak hanya dari sumber daya alamnya tetapi juga sumber daya manusianya dan juga sumber daya lain yang terkait dengan pembangunan pariwisata.

Untuk menarik wisatawan agar termotivasi untuk datang ke destinasi wisata Bali Utara harus dapat menjaga dan meningkatkan eksistensi daya tarik wisata yang ada di dalamnya.

Wisatawan yang berkunjung ke sana sangat menyukai daya tarik wisata alam yang alami dan unik seperti pegunungan yang hijau dan sejuk serta pantai dan laut yang bersih dan indah. Pengalaman baru yang ingin diperoleh oleh wisatawan dapat terwujud jika terdapat keunikan dari daya tarik wisata yang dimiliki oleh suatu destinasi wisata sebagai faktor penariknya. Budaya dan pula hidup masyarakat merupakan suatu atraksi wisata yang tidak memiliki kesamaan dengan wilayah yang lain. Kebudayaan bangsa asing umumnya berbeda bahkan sangat berbeda dengan kebudayaan bangsa Indonesia khususnya kebudayaan Bali Utara. Dari akar budayanya, budaya Bali Utara dan Bali Selatan diketahui terdapat perbedaan. Budaya Bali selatan merupakan budaya yang berasal dan dipengaruhi oleh budaya jawa mataram sedangkan Bali Utara dikenal sebagai Bali Aga atau Bali asli. Di wilayah Bali Utara dapat dijumpai berbagai tinggalan Arkeologi yang tidak dimiliki Bali

Selatan seperti kubur batu sebagai tinggalan budaya zaman prasejarah. Potensi alam yang dimiliki oleh wilayah Bali Utara tidak sama dengan wilayah Bali Selatan. Dalam pengembangannya jangan kita merubah perbedaan yang merupakan keunikan potensi wisata masing-masing untuk dijadikan serupa karena hal ini akan menghilangkan keunikan-nya. Kesesuaian harga atau yang biaya yang dikeluarkan juga menjadi faktor penarik utama yang menyebabkan wisatawan mancanegara termotivasi untuk memutuskan berlibur di wilayah Bali Utara ini. Dukungan dari sarana dan prasarana sangat penting seperti mudahnya mendapatkan tempat menginap, tempat makan dan juga

pencapaian lokasi daya tarik wisata yang cepat dan aman.

Faktor internal dan eksternal (lihat Tabel 4) adalah faktor-faktor yang memotivasi wisatawan untuk berkunjung ke Bali Utara. Kekuatan dalam faktor internal adalah kekuatan yang dimiliki oleh destinasi wisata untuk memotivasi wisatawan datang berkunjung destinasi Bali Utara sedangkan kelemahan adalah hal-hal yang dapat melemahkan motivasi wisatawan untuk berkunjung. Kesempatan dalam faktor eksternal adalah hal-hal yang dapat mendukung meningkatkan motivasi berkunjung wisatawan ke Bali Utara, sedangkan ancaman adalah hal-hal yang dapat mengancam motivasi wisatawan untuk datang ke destinasi wisata Bali Utara.

Tabel 4. Faktor Internal Dan Eksternal Motivasi Wisatawan Datang Berkunjung ke Destinasi Wisata Bali Utara

A. Faktor Internal	
Kekuatan (Strength)	Kelemahan (Weakness)
– Keberagaman atraksi wisata alam dan unik – Keberagaman atraksi wisata budaya dan unik – Penerimaan masyarakat terhadap keberadaan dan aktivitas wisatawan – Kesesuaian harga aktivitas wisata	– Kurangnya kemampuan dalam pengelolaan wisata – Buruknya pengelolaan limbah/sampah – Kurangnya ketersediaan air bersih – Kurangnya ketersediaan informasi transportasi udara – Kurangnya pelayanan dan ketersediaan transportasi laut
B. Faktor Eksternal	
Kesempatan (Opportunity)	Ancaman (Threat)
– Wisatawan sangat menyukai wisata alam pegunungan dan laut – Wisatawan sangat menyukai wisata budaya – Wisatawan ingin mencari tempat untuk istirahat dan rileks – Wisatawan ingin mengunjungi tempat-tempat yang baru – Wisatawan ingin mendapatkan pengalaman dan pengetahuan baru – Pemerintah daerah dan pusat sangat mendukung pengembangan pariwisata Indonesia	– Banyaknya wilayah di Indonesia dan negara lain yang memiliki potensi wisata alam dan budaya yang unik – Gencarnya provinsi dan negara lain melakukan promosi pariwisata di wilayahnya masing-masing.

Sumber: Hasil Penelitian (2016)

Dariusman Abdillah: Analisis Faktor Pendorong dan Penarik
Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Bali Utara

Tabel 5. Strategi Faktor Internal dan Eksternal Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Destinasi Wisata Bali Utara

Strategi S-O	Strategi WO
• Pertahankan keberagaman dan keunikan atraksi wisata alam dan budaya yang disukai oleh wisatawan • Pertahankan penerimaan masyarakat agar wisatawan merasa nyaman dan aman untuk bersantai dan melakukan aktivitas wisata lainnya • Pertahankan kesesuaian harga perjalanan wisata di Bali Utara	• Tingkatkan kualitas pengelolaan destinasi wisata agar wisatawan selalu mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru. • Tingkatkan kemampuan pengelolaan wisata dengan memanfaatkan dukungan pemerintah daerah dan pusat • Tingkatkan kemampuan pelaku pariwisata dalam pengelolaan limbah/sampah • Tingkatkan ketersediaan air bersih dengan memanfaatkan dukungan pemerintah yang serius • Tingkatkan layanan transportasi udara dan laut terkait dengan informasi rute dan jadwal serta pelayanannya.
Strategi ST	Strategi WT
• Pertahankan keunikan daya tarik wisata untuk menghadapi keberagaman wisata sejenis. • Jaga dan lindungi kelestarian alam dan budaya untuk mengimbangi pengembangan daerah tujuan wisata yang tidak berlandaskan pada pariwisata berkelanjutan. • Pertahankan keunikan atraksi wisata alam dan budaya yang ada untuk mengimbangi wilayah lain yang memiliki atraksi wisata sejenis • Terus melakukan promosi tentang keunikan potensi wisata yang ada untuk mengimbangi promosi wisata wilayah lain.	• Tingkatkan kemampuan pengelolaan pelaku pariwisata untuk mengimbangi wilayah lain yang memiliki potensi wisata sejenis.

Sumber: Hasil Penelitian (2016)

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan analisis SWOT yang menghasilkan strategi SO, WO, ST, dan WT maka strategi yang dapat direkomendasikan dalam meningkatkan motivasi berkunjung wisatawan

ke destinasi wisata Bali Utara adalah:

1. Mempertahankan keberagaman dan keunikan atraksi wisata alam dan budaya Bali Utara, penerimaan masyarakat, dan kesesuaian harga perjalanan wisata sebagai faktor

menarik wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata Bali Utara.

2. Melakukan peningkatan tata kelola daya tarik wisata dengan melakukan pelatihan manajemen pariwisata kepada tenaga kerja pariwisata agar pelayanan terhadap wisatawan yang sesuai dengan harapan wisatawan dapat terwujud.

3. Menjaga kelestarian alam dan budaya untuk mempertahankan keunikan yang dimiliki dengan memegang teguh pada prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang berwawasan kelestarian lingkungan dan keterlibatan masyarakat sekitar daya tarik wisata.

4. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana pendukung pariwisata seperti penyediaan sarana akomodasi, rumah makan/ restoran, toko souvenir, sarana air bersih, sarana pengelola sampah yang berwawasan lingkungan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa faktor pendorong utama wisatawan berkunjung ke Bali Utara adalah *gain*

5. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sarana transportasi darat, laut, maupun udara bila perlu dengan membangun bandar udara tersendiri untuk mempermudah pencapaian ke destinasi wisata Bali Utara.

6. Melakukan promosi negara asal wisatawan yang potensial yang memiliki motivasi pendorong sesuai dengan ketersediaan potensi wisata yang dimiliki Bali Utara sebagai faktor penariknya.

7. Membuat rambu-rambu hukum sebagai produk kebijakan pemerintah daerah maupun pusat yang mendukung pembangunan pariwisata yang berwawasan lingkungan.

8. Melakukan kajian-kajian terkait pariwisata sebagai bentuk dukungan dari akademisi maupun peneliti pariwisata dan pemerhati pariwisata baik di daerah maupun pusat.

new knowledge and experience, visit new place, dan rest and relaxation. Sedangkan faktor penarik utama wisatawan berkunjung

ke Bali Utara adalah *nature, history, the appropriate price*;

Rekomendasi yang dapat diusulkan adalah melakukan pelatihan manajemen pariwisata kepada tenaga kerja pariwisata agar pelayanan terhadap wisatawan yang

sesuai dengan harapan wisatawan dapat terwujud; menjaga kelestarian alam dan budaya untuk mempertahankan keunikan; meningkatkan kualitas amenities dan aksesibilitas; serta melakukan promosi pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Abdillah, Dariusman. 2016.

Laporan Penelitian Mandiri “*Strategi Peningkatan Motivasi Wisatawan di Bali Utara*”.

Asdeplitbangjakpar, Jakarta.

Arsyadha, Gita Alfa, 2002, *Identifikasi Potensi Wisata Kepulauan Karimunjawa sebagai Pemasukan Penentuan Prioritas Komponen Pendukung Pengembangan Pariwisata*, Seminar tidak diterbitkan, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota. Fakultas Teknik, Universitas Diponegoro, Semarang.

Esichaikul, R., 2012, Travel motivations, behavior and requirements of Europeansenior tourists to Thailand, PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 10 No. 2. Special Issue. Pp. 47-58.

Maryani, E., 1991. *Pengantar Geografi Pariwisata*. IKIP Bandung.

Maslow, Abraham., 1970, *Motivation and Personality*, Harper & Row Publishers, New York.

Mc Intosh. 1977. *Karakteristik Wisatawan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Mill and Morrison. 2009.
The Tourism System,
sixth edition, USA:
Kendall Hunt.

Moutinho, L. 2000.
*Consumer Behaviour In
Strategic Management
In Tourism*. New York :
CABI Publishing.

Murphy. 1985.
*Pengembangan Potensi
Pariwisata*. Bandung:
Penerbit Alfabeta.

Nazir, M. *Metode Penelitian*,
(Jakarta: Ghalia
Indonesia), 1998.

Pearce, P. L. (1988). *The
Ulysses Factor:
Evaluating Visitors in
Tourist Settings*. New
York: Springer-Verlag.

Spillane, J J, 1994,
*Pariwisata Indonesia
Siasat Ekonomi dan
Rekayasa Kebudayaan*,
Penerbit Kanisius,
Yogyakarta

Sugiyono, 2005, *Metode
Penelitian Kualitatif*,
Bandung: Alfabeta.

Jurnal

Yoon, Y. dan Uysal, M.,
2005, An examination
of the effects of
motivation and
satisfaction on
destination loyalty: a
structural model,
Tourism Management,
26 (2005) 45–56.

Sumber Online / Internet

Asosiasi Museum
Indonesia.org,
2016. “Museum
Buleleng” diunduh pada
tanggal 16 Desember
2016 dari
<http://asosiasimuseumindonesia.org/anggota/237-museum-buleleng.html>

e-kuta.com-Official, 2008.
“Pertunjukan Sapi
Gerumbungan” diunduh
pada tanggal 16
Desember 2016 dari
<http://e-kuta.com/blog/pertunjukan-seni/pertunjukan-sapi-gerumbungan.html>

Wisata bali, 1999. “Pura
Dalem Jagaraga”
diunduh pada tanggal 16
Desember 2016 dari
<http://bali.panduanwisata.id/pura-hindu->

[bali/pura-dalem-](#)

[jagaraga/](#)

**Peraturan Perundang-
undangan**

Peraturan Presiden Republik
Indonesia Nomor 2
Tahun 2015 tentang
Rencana Pembangunan
Jangka Menengah
Nasional (RPJMN)
2015-2019, Jakarta.

Undang-Undang Republik
Indonesia Nomor 10
tahun 2009 tentang
Kepariwisata. Kement
erian Kebudayaan dan
pariwisata.

