

Korespondensi Motivasi Pengunjung dan Karakteristik Desa Wisata

Dewi Retno Prameswari¹, Athina Ardhyanto², Hanson E. Kusuma³

¹ Magister Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung.

² Asisten Akademik, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung.

³ KK Perancangan Arsitektur, Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung.

Abstrak

Desa wisata dewasa ini memiliki peran penting dalam pembangunan perekonomian negara juga sebagai wadah kegiatan edukasi untuk memperkuat ketahanan sosial dan budaya bangsa. Dalam menjalankan kedua peran ini, desa wisata harus menjaga eksistensinya dengan melakukan inovasi dan pengembangan sehingga masyarakat tertarik untuk melakukan kunjungan. Dalam proses pengembangan dan inovasi desa wisata, faktor pendorong dan faktor penarik dalam kegiatan pariwisata desa perlu dikaji sehingga berdampak pada perbaikan kualitas destinasi wisata. Tujuan penelitian ini adalah mengungkap hubungan antara motivasi wisata dan karakteristik desa wisata berdasarkan persepsi responden. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan grounded theory dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner *online*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa responden dengan motivasi wisata sebagai sarana melepas penat memiliki ketertarikan pada desa wisata dengan kondisi pedesaan yang masih alami. Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam kegiatan pariwisata terdapat empat sifat wisata yaitu wisata edukatif, wisata restoratif, wisata interaktif dan wisata hedonis

Kata-kunci : desa wisata, karakteristik, motivasi, preferensi masyarakat, *push* dan *pull*

Correspondence between Motivation and Traveling Location

Abstract

Today's tourism village has an important role in the development of the country's economy as well as a forum for educational activities to strengthen the social and cultural resilience for the nation. In carrying out these roles, the tourism village have to maintain its existence by innovating and developing so that the people are interested to come and visit. In the process of developing and innovating tourism villages, push and pull factors in village tourism need to be assessed so it may have an impact on improving the quality of tourist destinations. The purpose of this study is to reveal the relationship between the motivation of visitors and the characteristics of the tourism village according to the respondent's perception. This research uses qualitative method with grounded theory approach with data collection using online questionnaire. The results of the study reveal that respondents who have relaxation as a tourist motivation have an interest with nature based tourism village. The study also found that in tourism activities there are four tourist traits such as educational tourism, restorative tourism, interactive tourism and hedonic tourism.

Keywords : characteristics, community preference, motivation, push and pull, rural tourism

Kontak Penulis

Dewi Retno Prameswari

Magister Arsitektur Riset Fakultas SAPPK Institut Teknologi Bandung

Jl. Ganesha No.10, Lb. Siliwangi, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. Kode pos 40132. Tel : +62-22-2504252 Fax : +62-22-2500935

E-mail : dr.prameswari@gmail.com

Informasi Artikel

Diterima editor 22 September 2017. Revisi 14 Januari 2018. Disetujui untuk diterbitkan 23 Maret 2018

ISSN 2301-9247 | E-ISSN 2622-0954 | https://jlbi.iplbi.or.id/ | © Ikatan Peneliti Lingkungan Binaan Indonesia (IPLBI)

Pendahuluan

Kemiskinan merupakan masalah yang hingga kini masih membelit negeri ini. Tercatat pada bulan Maret 2017 sebanyak 27.771.220 jiwa rakyat Indonesia mengalami masalah kemiskinan. Penduduk miskin di Indonesia terletak di seluruh daerah, baik perkotaan maupun pedesaan. Tercatat pada tahun 2017, sebanyak 10.673.830 penduduk di daerah perkotaan mengalami kemiskinan. Hal ini masih terbilang rendah dibandingkan dengan kawasan pedesaan yang memiliki jumlah penduduk miskin 17.097.390 jiwa di tahun yang sama (Badan Pusat Statistik, 2017).

Jumlah desa di Indonesia pada bulan Maret 2017 mencapai angka 82.395 (Badan Pusat Statistik, 2017). Risman mengungkapkan, dengan dominasi jumlah desa di Indonesia seharusnya, desa dapat berperan untuk membantu pemerintah dalam menjangkau masyarakat sebagai sasaran utama dalam pembangunan perekonomian negara (2015).

Upaya pemerintah dalam peningkatan peran desa dimulai dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata nomor 26 tahun 2010 yang menyatakan bahwa dalam rangka mempercepat penanggulangan kemiskinan dan perluasan kesempatan kerja dilaksanakan program nasional pemberdayaan masyarakat (PNPM) melalui desa wisata (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2010). Dilanjutkan pada tahun 2012 dengan pengembangan konsep *ecotourism* oleh Kementerian Koperasi dan UKM untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia). Pada tahun 2013 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan, untuk meningkatkan perekonomian dapat dilakukan dengan pengembangan sektor pariwisata berbasis potensi lokal yaitu potensi alam serta keragaman budayanya (Risman, Wibhawa, & Fedryasyah, 2015).

Desa wisata dalam pengertiannya merupakan suatu wilayah yang menawarkan keaslian sosial budaya, adat dan arsitektur tradisional yang terintegrasi dengan komponen pariwisata seperti, atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung lainnya (Zakaria & Suprihardjo, 2014). Bersamaan dalam menjalankan perannya dalam sektor pariwisata negara, desa wisata juga berperan dalam pembangunan sosial dan budaya (Andriyani, 2015) sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan desa wisata dapat bersifat dua arah yaitu untuk membangun perekonomian negara dan di sisi lain mampu mengedukasi dan memperkuat ketahanan sosial dan budaya.

Untuk mencapai tujuan desa wisata, diperlukan dukungan masyarakat yang berperan sebagai wisatawan untuk membantu mempertahankan keberadaan desa wisata dimana untuk menjaga eksistensinya, desa wisata harus

melakukan inovasi dan pengembangan secara menyeluruh sehingga menarik minat masyarakat untuk berkunjung (Rihana, Purnomo, & Widodo, 2015).

Peran wisatawan dalam menjaga keberlanjutan pariwisata di desa wisata tidak lepas dari faktor pemicu kegiatan pariwisata. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Yoon dan Uysal (2003) bahwa kegiatan pariwisata pada umumnya dapat terjadi karena adanya faktor pendorong dan faktor penarik wisatawan yang tidak dapat dipisahkan antara satu dan lainnya sehingga hubungan timbal balik antara kedua faktor ini dapat memberikan kepuasan bagi pengunjung yang pada akhirnya berdampak pada perbaikan kualitas destinasi wisata.

Menanggapi pernyataan di atas, penelitian terhadap desa wisata ini dilakukan dengan tujuan mendeskripsikan hubungan antara motivasi pengunjung desa wisata (faktor pendorong) dengan karakteristik desa wisata (faktor penarik) yang mendukung kegiatan pariwisata pada desa wisata yang telah dikunjungi.

Metode Penelitian

Metode dalam penelitian ini bersifat kualitatif (Creswell, 2008) dengan sifat penelitian eksploratif (Groat & Wang, 2001) dan pendekatan *grounded theory* (Creswell, 2012) untuk mendapatkan data berupa informasi mengenai motivasi dan karakteristik desa wisata berdasarkan persepsi responden terhadap desa wisata.

Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan kuesioner *online* yang berisi pertanyaan bersifat terbuka (*open ended*) dengan tujuan menggali lebih dalam motivasi kunjungan dan persepsi responden terhadap karakteristik desa wisata yang telah dikunjungi (Creswell, 2008).

Data diambil dengan menyebarkan kuesioner *online* dengan teknik *snowball non-random sampling* (Kumar, 2005) menggunakan media sosial maupun kontak personal yang mulai disebarkan pada tanggal 27 Agustus 2017 dan ditutup pada 29 Agustus 2017. Hasilnya didapatkan 315 responden dengan data yang digunakan sebanyak 110 responden yang pernah mengunjungi desa wisata.

Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan 4 tahapan metode analisis yaitu dengan menggunakan analisis *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding* (Creswell J. , 1998) untuk meneliti korespondensi yang terkait dengan jawaban responden. Dilanjutkan dengan tahap distribusi untuk meneliti frekuensi kategori pada tiap pertanyaan.

Tahap pertama yang merupakan tahap *open coding* dilakukan dengan mengumpulkan kata kunci dari setiap pernyataan responden mengenai motivasi berkunjung dan persepsi responden terhadap karakteristik desa wisata. Dilanjutkan dengan tahapan *axial coding* dengan memberi kategori pada setiap kelompok kata kunci. Tahapan ketiga metode analisis distribusi dilakukan dengan melihat frekuensi tiap kategori sehingga didapatkan faktor yang dominan dan tidak dominan. Tahap terakhir yaitu menggunakan metode *selective coding* dengan menggunakan analisis korespondensi untuk menjelaskan hubungan antar kategori yang terdapat pada pernyataan motivasi dan kesan responden terhadap karakteristik desa wisata.

Karakteristik Responden

Dari total 110 orang responden, didapatkan 60 responden perempuan dan 50 responden laki-laki. Responden dengan rentang usia 17-25 tahun mendapatkan persentase dominan sebesar 81%, sedangkan responden dengan rentang usia 36-45 tahun mendapatkan persentase terkecil yaitu hanya 0,03%.

Responden didominasi oleh penduduk yang tinggal di kawasan perkotaan seperti Bekasi, Yogyakarta, Jakarta, Bandung dan Surabaya dengan total keseluruhan responden 62%.

Dari keseluruhan responden yang diperoleh dari kuesioner *online*, sebanyak 25 responden menyatakan pernah mengunjungi Desa Sade di Lombok, NTB. Dilanjutkan dengan 12 responden lainnya menyatakan pernah mengunjungi Desa Panglipurandi Bali. 7 responden menyatakan pernah mengunjungi Tana Toraja di Sulawesi Selatan dan dengan jumlah responden yang sama pernah mengunjungi Kampung Naga di Tasikmalaya. Desa wisata yang memiliki tingkat kunjungan paling sedikit adalah Desa Segenter, Cangkringan dan Desa Dlingo dengan total masing-masing 1 kunjungan.

Durasi kunjungan desa wisata bervariasi mulai dari 30 menit hingga lebih dari 12 jam. Sebanyak 39 responden mengunjungi desa wisata dengan durasi 1-2 jam. Responden yang berkunjung dengan rentang waktu tersebut melakukan kegiatan seperti berfoto, menikmati kuliner dan suasana desa wisata. Terdapat 38 responden yang berkunjung lebih dari 12 jam. Responden pada durasi waktu ini melakukan kegiatan seperti penelitian atau sekedar ingin berlibur sehingga membutuhkan durasi yang relatif lama bahkan hingga bermalam di desa wisata.

Hasil dan Pembahasan

Dalam kegiatan pariwisata, keberadaan faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) memiliki kaitan erat (Yoon & Uysal, 2003). Yoon dan Uysal dalam Yousefi dan Marzuki (2015) juga mengungkapkan bahwa dengan memahami faktor pendorong dan penarik dalam

kegiatan pariwisata berguna untuk memahami alasan mengapa seseorang melakukan kegiatan pariwisata dan apa yang ingin mereka nikmati dalam kegiatan pariwisata tersebut. Faktor pendorong dalam pengertiannya merupakan faktor yang datang atas keinginan diri (*intrinsic motivation*) wisatawan sendiri. Bersamaan dengan hal tersebut, terdapat faktor penarik yang merupakan faktor yang berasal dari luar dan berkaitan langsung dengan karakteristik destinasi wisata (*destination specific attributes*) yang menarik wisatawan untuk berkunjung (Dewi, Mahendra, & Wiranatha, 2017). Mohammad dan Som dalam Yousefi dan Marzuki (2015) juga mengungkapkan bahwa dalam kegiatan pariwisata *push factor* merupakan dorongan dan kekuatan yang berasal dari diri wisatawan itu sendiri sedangkan *pull factor* merupakan kekuatan yang menarik wisatawan dan berkaitan dengan atribut pada destinasi wisata itu sendiri. Senada dengan hal ini, Kanaraj dan Bindu (2013) mengungkapkan bahwa faktor pendorong dalam kegiatan pariwisata merupakan hasil integrasi antara kebudayaan dan faktor biologis dari masing-masing wisatawan sehingga mampu memberikan nilai dan arahan sehingga berpengaruh pada pemilihan, perilaku dan pengalaman yang dihasilkan dari suatu perjalanan wisata. Senada dengan Dewi, Mahendra dan Wiranatha, Kanaraj dan Bindu (2013) juga mengungkapkan bahwa faktor penarik dalam kegiatan pariwisata memiliki kaitan erat dengan atribut pada destinasi wisata dan sifat atraktif pada tempat wisata itu sendiri. Dari pernyataan ini dapat disimpulkan bahwa *push factor* merupakan motivasi yang timbul dari masing-masing wisatawan yang memiliki perbedaan biologis dan budaya sedangkan *pull factor* memiliki kaitan yang erat terhadap daya tarik dari tujuan wisata yang berkaitan dengan fasilitas dan atribut yang tersedia.

Dalam penelitian ini, faktor pendorong pada kegiatan pariwisata desa mengacu pada pernyataan motivasi wisatawan dalam mengunjungi desa wisata. Bersamaan dengan hal itu, faktor penarik pada kegiatan pariwisata diidentifikasi melalui pernyataan wisatawan terhadap kesan desa wisata yang ditimbulkan ketika wisatawan mengunjungi desa wisata.

Tahap pertama dalam penelitian ini dimulai dengan menganalisis setiap kata kunci dari data teks yang diungkapkan oleh responden. Contoh pemberian kata kunci terhadap pernyataan motivasi responden dalam mengunjungi desa wisata dapat dilihat dalam kutipan berdasarkan hasil kuesioner berikut ini.

“Melihat-lihat sekitar, belanja dan wisata.” (Responden 53)

“Ingin cari tahu sejarah dan keindahan tempatnya.” (Responden 66)

Dari kedua pernyataan tersebut didapatkan kata kunci “menikmati pemandangan”, “menikmati suasana desa”, “menambah wawasan”, “wisata” dan “belanja souvenir”.

Selanjutnya contoh open coding dari karakteristik destinasi wisata yang didapatkan dari kesan responden yang pernah berkunjung ke desa wisata dapat dilihat pada kutipan di bawah ini.

“Udara yang sejuk dan warganya yang ramah.”(Responden 75)

“Orangnya ramah dan budayanya masih sangat kental.” (Responden 80)

Dari pernyataan di atas, didapatkan kata kunci “penduduk yang ramah”, “udaranya segar” dan “keaslian budaya”.

Tahap kedua dilakukan pengelompokan kata kunci (*axial coding*) guna memperoleh kategori yang akan dianalisis. Pengelompokan kata kunci dan penamaan kategori dilakukan dengan diskusi bersama teman untuk meminimalkan bias dalam penamaan kategori. Kata kunci yang telah didapatkan dari pernyataan motivasi (*push factor*) dan kesan (*pull factor*) responden yang menggambarkan karakteristik desa wisata dikelompokkan berdasarkan kategori yang telah ditentukan sebagaimana tabel di bawah ini.

Tabel 1. Proses *axial coding* pada motivasi dan kesan responden terhadap karakteristik desa wisata

Faktor	Kategori	Kata Kunci	
Motivasi (Push factor)	Mengisi waktu luang	Liburan	
	Melepas penat	Menikmati suasana desa Menikmati pemandangan	
	Pendekatan budaya	Merasakan kebudayaan Melihat kebudayaan	
	Menambah wawasan	Menambah pengetahuan	
	Kesempatan belajar	Melakukan penelitian Kunjungan formal	
	Mempererat hubungan sosial	Sosialisasi dengan masyarakat Bertemu keluarga	
	Pelestarian desa	Promosi desa wisata Pengembangan potensi desa	
	Kepuasan diri	Melakukan pemotretan Membeli souvenir Merasakan kuliner	
	Karakteristik (Pull factor)	Kondisi alam dan pedesaan	Nuansa alami Udara segar Suasana nyaman Kawasan tertata Spot foto bagus Tenang dan damai Suasana magis
		Sosial masyarakat	Penduduk yang ramah Kearifan lokal Kegiatan penduduk beragam
Atraksi kebudayaan		Pertunjukan seni dan budaya	
Keistimewaan budaya		Keunikan budaya Keaslian budaya	
Keunikan arsitektur		Bangunan yang khas	
Kemudahan akses		Aksesibilitas	
Ekonomi terjangkau		Harga murah	
Akomodasi wisata		Sarana informasi Fasilitas lengkap Souvenir khas Kuliner nikmat	

Dari pengkategorisasian kata kunci di atas, didapatkan 16 kategori dengan 8 kategori yang mengacu pada faktor pendorong (*push factor*) serta 8 faktor penarik (*pull factor*) seseorang dalam melakukan kegiatan pariwisata. Setiap kategori kemudian dianalisis frekuensinya

menggunakan analisis distribusi untuk melihat faktor yang lebih dominan dalam mengunjungi desa wisata.

Dari hasil analisis distribusi pada diagram 1, motivasi yang merupakan faktor pendorong responden untuk melakukan kegiatan pariwisata yang paling dominan adalah untuk “melepas penat” dengan perolehan 25% yaitu sebanyak 48 kata kunci dari total 192 kata kunci yang muncul. Dilanjutkan dengan motivasi untuk “menambah wawasan” yang mendapat persentase 21% dengan 40 kata kunci. Sedangkan untuk faktor yang menempati urutan terakhir merupakan motivasi untuk “pelestarian desa wisata” yaitu sebesar 0.01% dengan 3 kata kunci.



Diagram 1. Distribusi motivasi berkunjung (*push factor*) ke desa wisata

Dalam melakukan kunjungan ke desa wisata, keinginan untuk melepas penat seperti menikmati suasana alam dan pedesaan menjadi motivasi yang paling dominan. Kebutuhan responden untuk menambah wawasan akan adat dan budaya menempati urutan kedua dalam memotivasi responden untuk berkunjung ke desa wisata. Motivasi untuk melakukan kegiatan pelestarian desa seperti promosi desa wisata dan menggali potensinya merupakan faktor yang tidak dominan dalam kunjungan ke desa wisata.

Motivasi manusia untuk melepas penat penting untuk dilakukan terutama bagi masyarakat perkotaan yang memiliki kegiatan harian yang relatif padat. Keluar dari kegiatan rutinitas harian memberikan kesempatan bagi seseorang untuk memberi kesegaran bagi dirinya sendiri. Di samping itu, terpenuhinya kebutuhan ini akan membawa banyak keuntungan seperti meningkatnya kinerja dan kreativitas (Devismayasari & Prasetyawan, 2015).

Hasil analisis distribusi kesan responden terhadap karakteristik desa wisata yang pernah dikunjungi (Diagram 2) mengungkapkan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam menarik minat berkunjung adalah kondisi alam dan pedesaan. Kategori dominan ini mendapatkan 81 kata kunci dari total 217 kata kunci dengan persentase 37%. Di peringkat kedua, terdapat faktor keistimewaan budaya yang mendapatkan 49 kata kunci dan persentase sebesar 22,5%. Sedangkan untuk faktor penarik yang tidak dominan adalah kemudahan akses menuju desa wisata yaitu dengan perolehan 1 kata kunci.

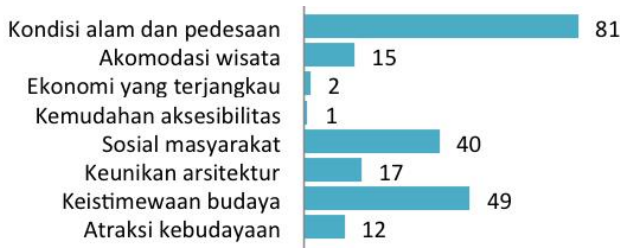


Diagram 2. Distribusi kesan pengunjung terhadap karakteristik desa wisata (*pull factor*)

Kondisi alam dan pedesaan seperti nuansa desa yang alami, kawasan yang tertata, udara yang segar, *spot* foto yang bagus serta suasana yang nyaman tenang dan damai menjadi karakteristik dominan dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata. Kondisi alam dan pedesaan sebagai faktor penarik wisatawan dikarenakan manusia pada dasarnya memiliki hubungan yang erat dan daya tarik bawaan dengan alam sehingga, interaksi manusia dengan alam dapat memberikan efek terapeutik (Wijayanti, Johan, Rochana, Chasani, & Anggorowati, 2016).

Kebudayaan yang masih terjaga keasliannya serta memiliki keunikan juga menjadi karakteristik dominan yang menarik minat wisatawan. Kemudahan aksesibilitas menjadi faktor yang tidak dominan dalam menarik minat kunjungan. Meskipun demikian, faktor aksesibilitas merupakan atribut yang sangat penting dalam kegiatan pariwisata karena, pertumbuhan wisatawan berhubungan erat dengan penyediaan akses dan sarana transportasi menuju tempat wisata (Wahdiniwati, 2013).

Tahap selanjutnya adalah tahap *selective coding* dengan menggunakan analisis korespondensi. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara motivasi wisatawan (warna hitam) dalam mengunjungi desa wisata dengan karakteristik desa wisata (warna hijau) berdasarkan pernyataan kesan yang didapatkan dari responden terhadap desa wisata yang pernah mereka kunjungi. Analisis korespondensi menggunakan *hierarchical clustering* sehingga didapatkan hasil sebagaimana diagram berikut.



Diagram 3. Korespondensi antara motivasi dan kriteria desa wisata berdasarkan kesan responden

Nilai signifikansi pada analisis korespondensi di atas masih sangat rendah yaitu 0.7 sehingga pada tahap selanjutnya, kategori di evaluasi kembali untuk menemukan korespondensi yang mendekati angka signifikan sehingga, didapatkan hasil sebagaimana dicantumkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Kategori dominan dan tidak dominan

Faktor	Dominan	Tidak Dominan
Push Factor (Motivasi)	Menambah wawasan Pendekatan budaya Mengisi waktu luang Melepas penat Mempererat hubungan sosial Kepuasan diri	Pelestarian desa Kesempatan belajar
Pull Factor (Karakteristik Desa Wisata)	Kondisi alam dan pedesaan Akomodasi wisata Keistimewaan budaya Atraksi kebudayaan Sosial masyarakat	Keunikan Arsitektur Ekonomi terjangkau Kemudahan akses

Karakteristik desa wisata yang tidak dominan merupakan keunikan arsitektur, keterjangkauan ekonomi dan kemudahan akses. Motivasi yang tidak dominan adalah pelestarian desa dan kesempatan belajar seperti melakukan penelitian dan kegiatan kunjungan formal. Faktor-faktor ini menjadi tidak dominan dikarenakan sedikitnya jumlah kata kunci yang didapatkan dari pernyataan responden yang mengakibatkan persebaran kata kunci pada data teks kurang merata.

Selanjutnya, setelah analisis korespondensi dilakukan kembali terhadap faktor dominan, didapatkan peningkatan nilai signifikansi dari yang awalnya sebesar 0.7 menjadi 0.4 sehingga kemudian didapatkan hasil sebagaimana diagram berikut.



Diagram 4. Korespondensi antara motivasi (hitam) dan kriteria desa wisata (hijau) berdasarkan kesan responden

Responden yang memiliki motivasi mencari kepuasan diri seperti merasakan kuliner tradisional di desa wisata, melakukan pemotretan dan berbelanja *souvenir* khas desa tertarik pada desa wisata yang memiliki kuliner khas yang nikmat, fasilitas yang lengkap, toko yang menjual *souvenir* khas desa dan sarana untuk memperoleh informasi seperti adanya pemandu wisata (*tour guide*).

Responden yang memiliki motivasi untuk melepas penat seperti menikmati suasana pedesaan dan pemandangan

alam tertarik pada nuansa alami, suasana pedesaan yang nyaman, tenang dan damai, Udara yang masih segar, Kawasan desa yang tertata bahkan ada yang spesifik mengatakan bahwa adanya suasana magis di desa tujuan.

Responden yang ingin mempererat hubungan sosial seperti ingin bersosialisasi dengan masyarakat dan bertemu dengan keluarga tertarik pada desa wisata yang memiliki penduduk yang ramah, masih menjaga kearifan lokal dan memiliki variasi kegiatan penduduk sehingga, pengunjung dapat ikut berpartisipasi dengan warga.

Kedua hubungan timbal balik antara wisatawan dan warga relatif penting mengingat keseimbangan antara aspek lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya adalah kunci dari keberhasilan pengembangan wisata yang berkelanjutan. Adanya komponen interaksi antara penduduk setempat dengan wisatawan merupakan proses interaksi sosial sebagaimana yang diungkapkan oleh Soekanto dalam Rachmawati, Muntasib, & Sunkar (2011) bahwa, proses interaksi dapat terjadi melalui kerjasama maupun persaingan yang dilakukan untuk mencapai tujuan bersama. Dalam kegiatan pariwisata di desa wisata, tujuan dilakukannya interaksi antara warga dan wisatawan memiliki tujuan untuk saling memberikan edukasi sosial budaya sehingga, kegiatan edukasi ini berdampak pada kekuatan dan ketahanan sosial dan budaya (Andriyani, 2015).

Responden yang memiliki motivasi untuk menambah wawasan, melakukan pendekatan terhadap budaya baik dengan merasakan dan melihat kebudayaan serta ingin mengisi waktu luang dengan kegiatan wisata tertarik pada desa wisata yang memiliki atraksi serta keaslian dan keunikan budaya. Hal ini menimbulkan ketertarikan bagi wisatawan dikarenakan aspek-aspek ini jarang ditemui di kawasan perkotaan. Peran budaya dalam pariwisata menyebabkan seseorang tertarik untuk melakukan kunjungan dikarenakan, wisatawan memiliki keinginan untuk melihat cara hidup dan mempelajari kebudayaan tersebut (Yulianto, 2015).

Ditemukan pola kedekatan antara motivasi pengunjung dan karakteristik desa wisata yang dikunjungi. Pola ini mengungkapkan bahwa motivasi berkunjung ke desa wisata memiliki kecenderungan terhadap karakteristik desa wisata tertentu. Masing-masing kelompok pada pola kedekatan (Diagram 5) dikategorikan menurut sifat wisata yang sesuai bagi pengunjung berdasarkan faktor pendorong dan faktor penariknya.

Wisata edukatif menempati urutan pertama dengan frekuensi kata kunci paling dominan. Pada kelompok ini pengunjung yang memiliki motivasi untuk menambah wawasan, melakukan pendekatan terhadap kebudayaan dan untuk mengisi waktu luang memilih desa wisata yang memiliki keistimewaan budaya dan terdapat atraksi kebudayaan. Kelompok kedua dengan wisata restoratif

dimana pada kelompok ini wisatawan yang memiliki motivasi melepas penat memilih desa wisata dengan karakteristik kondisi alam dan pedesaan Kelompok ketiga adalah wisata Interaktif dimana responden yang memiliki motivasi kunjungan desa wisata untuk mempererat hubungan sosial memilih desa wisata yang memiliki karakteristik pada kondisi sosial masyarakat. Kelompok keempat adalah wisata hedonis dimana responden yang mengutamakan kepuasan diri ketika mengunjungi desa wisata memilih karakteristik desa wisata yang memiliki akomodasi wisata.

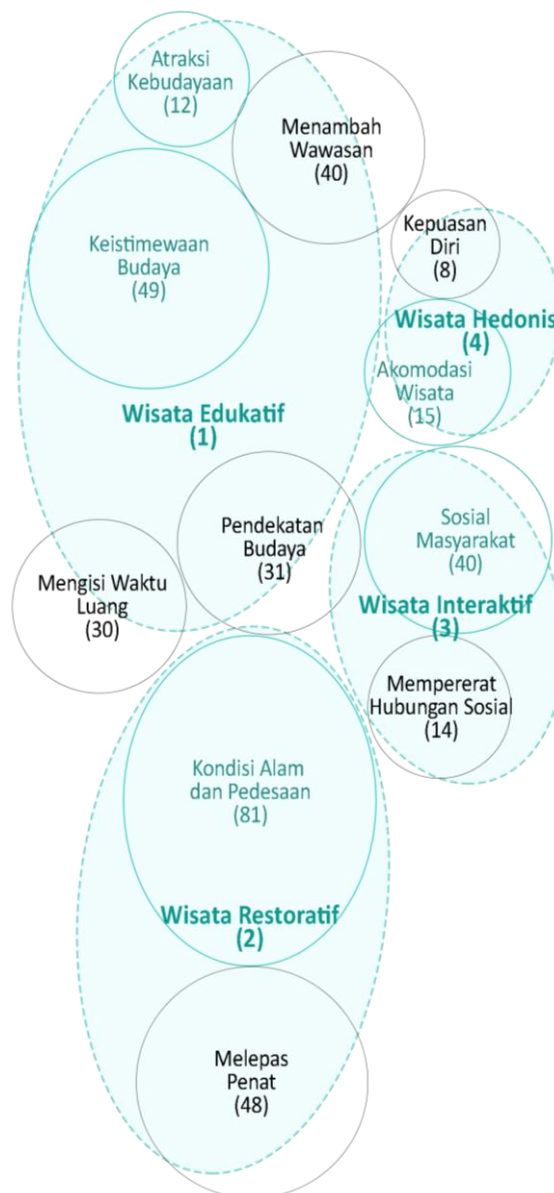


Diagram 5. Pola kedekatan motivasi berkunjung ke desa wisata dengan karakteristik desa wisata berdasarkan persepsi responden

Kesimpulan

Dalam penelitian ini ditemukan empat kelompok sifat wisata berdasarkan hubungan kedekatan antara motivasi kunjungan dan karakteristik desa wisata. Sifat wisata yang

paling dominan merupakan wisata edukatif disusul dengan wisata restoratif, wisata interaktif dan wisata hedonis.

Motivasi sebagai faktor pendorong dalam melakukan kunjungan ke desa wisata yang paling dominan adalah motivasi untuk melepas penat dan menambah wawasan. Sedangkan motivasi untuk melakukan tindakan pelestarian desa wisata merupakan faktor pendorong yang tidak dominan.

Karakteristik desa wisata sebagai faktor penarik, didapatkan berdasarkan persepsi responden terhadap desa wisata yang telah dikunjungi. Karakteristik yang paling dominan merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kondisi alam dan pedesaan. Kemudahan aksesibilitas dan keterjangkauan ekonomi merupakan karakteristik yang tidak dominan sebagai faktor penarik wisatawan di desa wisata

Dari hasil analisis didapatkan empat hubungan antara motivasi dan karakteristik desa wisata. Hubungan pertama antara motivasi untuk memberikan kepuasan bagi diri sendiri dengan karakteristik desa wisata yang memiliki atribut akomodasi wisata. Hubungan kedua terjadi antara motivasi pengunjung untuk melepas penat terhadap desa wisata yang memiliki karakteristik pada kondisi alam dan pedesaan. Dilanjutkan dengan motivasi pengunjung yang ingin mempererat hubungan sosial memilih desa wisata dengan karakteristik sosial masyarakat. Hubungan keempat yaitu pengunjung yang memiliki motivasi untuk menambah wawasan, mengisi waktu luang dan pendekatan budaya, memilih desa wisata yang memiliki karakteristik terhadap atraksi dan keistimewaan budayanya.

Rekomendasi

Rekomendasi penulis terkait dengan penelitian didapatkan berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan sebagaimana berikut :

1. Adanya atraksi dan keunikan budaya serta kondisi alam dan pedesaan dapat ditonjolkan untuk meningkatkan jumlah kunjungan pada desa wisata.
2. Partisipasi masyarakat di desa wisata dalam kegiatan pariwisata dapat ditingkatkan untuk menjalin interaksi yang baik antara pengunjung dan penduduk sebagai proses akulturasi budaya.
3. Akomodasi pada desa wisata seperti penginapan, bale-bale, toilet umum, toko souvenir dan tempat makan dapat disediakan di desa wisata.
4. Untuk memudahkan proses pertukaran informasi, desa wisata memerlukan kehadiran pramu wisata maupun titik-titik informasi yang dapat disebar pada kawasan desa wisata.

5. Terkait dengan penelitian ini, untuk meningkatkan nilai signifikansi pada hubungan antara motivasi dan karakteristik desa wisata, jumlah responden dapat ditambahkan guna mendapatkan kata kunci yang lebih banyak dan variatif.

Daftar Pustaka

- Andriyani, A. A. I., Martono, E., & Muhamad, M. (2017). *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi Di Desa Wisata Penglipuran Bali)*. *Jurnal Ketahanan Nasional*, 23 (1), 1. <https://doi.org/10.22146/jkn.18006>
- Badan Pusat Statistik. (2017). *Statistik Indonesia 2017*. Jakarta, Indonesia: Badan Pusat Statistik.
- Creswell, J. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing among Five Tradition*. London: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2008). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. California: Sage Publications, Inc. .
- Creswell, J. W. (2012). *Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research (4th ed.)*. Boston: M.A. Pearson.
- Devismayasari, N., & Prasetyawan, Y. (2015). *Pemenuhan Kebutuhan Rekreasi Pemustaka di Kantor Perpustakaan dan Arsip Daerah Kota Salatiga*. Ilmu Perpustakaan , 2.
- Dewi, N. W. A., Mahendra, M., S., & Wiranatha, A. A. P. A. S. (2017). *Faktor Pendorong dan Penarik Orang Bali Berwisata ke Luar Negeri*. *JUMPA* , 209 - 210. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2017.v03.i02.p01>
- Groat, L., & Wang, D. (2001). *Architectural Research Methods*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. (2010). *Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata*. Peraturan Menteri , 1.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. *Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau*. Jakarta Selatan: Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.
- Kumar, R. (2005). *Research Methodology Second Edition*. London: SAGE publications.
- Rachmawati, E., Muntasib, H., & Sunkar, A. (2011). *Social Interaction in Nature-Based Tourism at Gunung Salak Endah Community*. *Forum Pascasarjana* , 24.
- Rihana, Z., Purnomo, H., & Widodo, I. (2015). *Analisis Faktor Pendorong Wisatawan untuk Mengunjungi Desa Wisata (Studi Kasus pada Desa Ketingan , Sleman, Yogyakarta)*. *e-joir UII* , 64.
- Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryasyah, M. (2015). *Kontribusi Pariwisata terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia*. *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13622>
- Wahdiniwaty, R. (2013). *Aksesibilitas Wisata pada Kota Metropolitan di Negara Berkembang (Suatu Survey di Wilayah Bandung Raya)*. *Majalah Ilmiah UNIKOM* , 202.
- Wijayanti, K., Johan, A., Rochana, N., Chasani, S., & Anggorowati. (2016). *Musik Suara Alam terhadap*

Penurunan Kecemasan pada Pasien Kritis. Nurscope ,
2-3.

- Yoon, Y., & Uysal, M. (2003). *An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model*. Elsevier , 46.
- Yousefi, M. & Marzuki, A. (2015). An Analysis of Push and Pull Motivational Factors of International Tourists to Penang, Malaysia. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 16(1), 40-56.
<https://doi.org/10.1080/15256480.2015.991987>
- Yulianto (2015). Kreasi Seni sebagai Daya Tarik Wisata Budaya di Padepokan Bagong Kussudiarja Yogyakarta. *Jurnal Media Wisata*, 253-256.
- Zakaria, F., & Suprihardjo, R. (2014). *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandung Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan*. Teknik Pomits , C-246.