

FAKTOR FAKTOR PENDORONG MOTIVASI WISATAWAN UNTUK BERWISATA KE MONUMEN KAPAL SELAM SURABAYA

HARDHITA KUSDHARYANTO
Dosen Akpar Majapahit
Email: jokotole.keraton@gmail.com

Abstrak

Dari hal tersebut diketahui bahwa faktor pendorong motivasi *Social Interaction* memperoleh skor 442, faktor *escape* dan *educational opportunity* memperoleh skor sama yaitu 415, *Relaxations* memperoleh skor 406, *play* memperoleh skor 401, *Prestige* memperoleh skor 398, *Strengthening family bonds* memperoleh skor 391, *Romance* memperoleh skor 373, *Selffulfillment (self discovery)* memperoleh skor 370, terakhir *Wish fulfillment* memperoleh skor 336

Sebagian besar responden menginginkan untuk melakukan perjalanan wisata. Pada faktor-faktor *relaxations* (4 %) *play* (4 %), *strengthening family bonds* (8 %) *prestige*, (4 %), *romance* (1%), *selffulfillment* (3 %) dan *wishfulfillment* (18 %) responden memilih dan berpendapat kurang setuju dan tidak ada yang memilih dan berpendapat tidak setuju.

Kata kunci: faktor pendorong, motivasi, wisatawan

PENDAHULUAN

Monumen Kapal Selam (Monkasel) dibangun atas prakarsa Pemimpin TNI AL, Gubernur Jawa Timur dan para sesepuh dimaksudkan untuk, menambah obyek wisata bernuansa bahari di Jawa Timur, khususnya Surabaya, sebagai sarana pewarisan nilai sejarah yang merupakan cermin kebesaran bangsa Indonesia sebagai bangsa bahari, sebagai sarana pelestarian nilai-nilai luhur perjuangan bangsa Indonesia dalam merintis, menegakkan dan mengisi kemerdekaan, sebagai penghormatan kepada pejuang dan pahlawan laut, sekaligus sebagai bukti sejarah pengabdian korps Hiu Kencana kepada bangsa dan Negara. dan memberI motivasi agar masyarakat lebih mengenal dan mencintai laut.

Monumen mulai dibangun pada 1 Juli 1995 dan dibuka untuk umum pada 15 Juli 1998 ini merupakan bukti kebanggaan warga kota Surabaya akan sebutan Surabaya sebagai Kota Pahlawan dan Kota Angkatan Laut, sebagai 1 di antara 2 museum kapal selam di seluruh dunia. Monkasel menjadi salah satu andalan pariwisata Surabaya. Museum kapal selam ini merupakan obyek wisata edukasi berwawasan bahari karena terdapat sejarah-sejarah mengenai kapal selam itu beserta seluruh isinya.

Monkasel berada di tengah-tengah taman Swarga Puspitaloka, dilengkapi dengan sarana hiburan videorama, *live music* dan wisata air Kalimas. Taman Swarga Puspitaloka yang asri dengan aneka macam tumbuhan yang tertata rapi, dipadukan dengan *jogging track*, koridor, tempat duduk dan lampu-lampu hias. Pada dinding pembatas sebelah barat divisualisasikan sejarah kekuatan bahari selama 12 abad dalam sebuah karya seni lukis yang siap dinikmati. Sedangkan di pelataran sebelah timur monument terdapat panggung hiburan, di tempat ini berbagai acara dapat digelar. Setiap hari Sabtu dan Minggu malam, hiburan *live music* merupakan sajian khusus Monkasel. Hiburan video rama menyuguhkan film layar lebar yang dilengkapi sound system double stereo, sangat mendukung penayangan film berjudul “Monumen Kapal Selam” dan “Lebih Mengetahui TNI Angkatan Laut”.

Obyek wisata ini dilengkapi dengan fasilitas hiburan wisata air di Kalimas, antara lain perahu karet, perahu motor, sepeda air, perahu naga dan jet ski (carteran) setiap hari Sabtu dan Minggu. Café Monkasel yang berada tepat di belakang monumen menyediakan aneka masakan khas yang siap dinikmati di dalam ruangan maupun di taman Swarga Puspitaloka, zona free wifi yang dapat langsung diakses di area café, aneka ragam souvenir di sebelah utara gedung multimedia.

Meskipun letaknya strategis, mudah dikunjungi dan tergolong unik, langka, namun belum mampu menyedot pengunjung apalagi memberi pemahaman tentang pengetahuan kebaharian. Sampai saat ini Monkasel baru berfungsi sebagai taman rekreasi, oleh karena itu dibutuhkan strategi pengembangan daya tarik wisata yang dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan sekaligus memberikan pemahaman tentang kebaharian sesuai dengan fungsi Monkasel.

RUMUSAN MASALAH

Wisatawan yang berkunjung ke Monumen Kapal Selam berasal dari berbagai daerah dan berbagai lapisan masyarakat, masing-masing dengan tujuan dan motivasi serta faktor pendorong dan faktor penarik yang berbeda Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “faktor –faktor apakah yang menjadi pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam Surabaya ?” .

TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengungkapkan faktor-faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam.
2. Untuk mendeskripsikan faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam.

KAJIAN PUSTAKA

Motivasi adalah sebuah alasan atau dorongan untuk bertindak, yang berasal dari dalam maupun dari luar. Motivasi seseorang dipengaruhi oleh internal (*intrinsic motivation*) dan faktor eksternal (*extrinsic motivation*). Secara intrinsic motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan keinginan, yang meliputi kebutuhan fisiologis, keamanan, social, *prestige* dan aktualisasi diri..

Wisatawan berasal dari bahasa Sanskerta, kata “wisata” yang berarti perjalanan. Didalam bahasa Indonesia, akhiran “wan” berarti seseorang dengan keadaannya. Sehingga wisatawan dapat diartikan sebagai orang yang melakukan perjalanan. Selain itu wisatawan dapat diasosiasikan dengan kata “*tourist*” dalam bahasa Inggris dan jika diperhatikan, kata “*tourist*” berasal dari kata “*tour*” yang merupakan sinonim dengan pariwisata dan dalam bahasa Sanskerta berarti perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain.

Motivasi wisatawan bersifat dinamis, dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu (Pearce 9 1988) sesuai dorongan atas perjalanan tersebut terdiri berbagai kepentingan baik kepentingan sosial maupun kebudayaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi wisatawan tersebut berupa faktor pendorong dan faktor penarik, dalam arti keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push faktor*) dan faktor-faktor penarik (*pull faktor*).

Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan faktor eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Fandeli (1995) menjelaskan kedua faktor tersebut adalah sebagai berikut: (1) Faktor Pendorong, faktor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas, meskipun sejenak dari kehidupan yang rutin setiap hari, lingkungan yang tercemar, kemacetan lalu lintas dan hiruk pikuk kehidupan kota. (2) Faktor Penarik. faktor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau di tempat wisata. Atraksi ini dapat berupa kemash uran akan obyek wisata, tempat- tempat yang banyak diperbincangkan orang serta sedang menjadi berita.

Faktor pendorong umumnya bersifat social psikologis atau merupakan *person specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan faktor *destinations specific attribute*. Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas destinasi wisata mana yang dituju. Berbagai faktor penarik yang dimiliki destinasi akan menyebabkan orang memilih destinasi wisata untuk memenuhi *need and wants* nya. Ryan (1993) dari kajian literturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu:

1. *Escape* ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan atau kejenuhan dari lingkungan sehari-hari;
2. *Relaxations* keinginan untuk penyegaran yang juga berhubungan untuk escape
3. *Play* ingin menikmati kegembiraan dari berbagai permainan yang merupakan kemunculan kembali sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari urusan yang serius;
4. *Strengthening family bonds* ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam kontek VFR (*Visiting Friends and Relaxations*)
5. *Prestige* untuk menunjukkan gengsi dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga dorongan untuk menunjukkan/menaikkan status dan derajat social;
6. *Social interaction* untuk melakukan interaksi soial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat local yang dikunjungi

7. *Romance* Keinginan untuk bertemu orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic, untuk memenuhi kebutuhan, khususnya pariwisata seks
 8. *Educational opportunity* keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain atau kebudayaan etnis lain, hal ini pendorong dominan dalam pariwisata
 9. *Selffulfillment* keinginan menemukan diri sendiri (self discovery) karena diri sendiri biasanya bisa pada saat kita menemukan daerah atau orang lain;
 10. *Wish fulfillment* keinginan untuk merealisasi mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan, saampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan.
- Jakson (1989) mengidentifikasi berbagai faktor penarik dan membedakannya menjadi 11 faktor, yaitu: (1) *location climate*, (2) *national promotions*, (3) *retail marketing*, (4) *wholesale marketing*, (4) *special event*, (5) *eincentive scheme*, (6) *visiting firrnds*, (7) *visiting relatie*, (9) *tourist attractions*, (10) *culture*, (11) *nature environment man made environment*.

METODE PENELITIAN

Lokasi Penelitian di Monumen Kapal Selam Surabaya, Jl. Pemuda 39 Surabaya. Tepatnya di sebelah kiri Surabaya Plaza (Delta Plaza), dilakukan selama 2 bulan, yakni bulan Juni dan Juli 2014, pada hari Sabtu dan Minggu.

Penelitian ini di desain sebagai penelitian survei dengan populasi wisatawan yang berkunjung dalam tahun penelitian dilakukan, sehingga pada saat penelitian dilaksanakan jumlahnya belum diketahui, karena populasi penelitian bersifat *infinite*, maka besarnya sampel ditetapkan sebesar 100 wisatawan, dipilih secara accidental sampling, terdiri dari wisatawan yang ditemui selama penelitian berlangsung, baik laki-laki maupun perempuan, dengan ketentuan telah berumur 17, berakal sehat dan bersedia menjadi sampel.

Instrumen utama penelitian adalah kuestioner, bersifat tertutup dengan menggunakan *Skala Likert*, dengan mengadaptasi faktor pendorong dan faktor penarik motivasi wisatawan yang disampaikan oleh Ryan .(1993) . Pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan angket kepada para responden.

Data yang diperoleh dideskripsikan dalam bentuk tabel untuk selanjutnya ditafsirkan dan dianalisis untuk mendiskripsikan faktor pendorong motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dan mungkin saja terdorong untuk berwisata di Monkasel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berwisata merupakan kebutuhan bagi manusia, bahkan bagi sebagian orang sudah merupakan kebutuhan pokok. Keinginan untuk berwisata tumbuh karena adanya faktor-faktor pendorong motivasi. Faktor pendorong motivasi umumnya bersifat sosial psikologis atau merupakan *person specific motivation*, Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas destinasi wisata mana yang dituju. Deskripsi mengenai faktor pendorong motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Monumen Kapal Selam, disampaikan dalam tabel-tabel berikut ini:

1. Hasil Angket Faktor-Faktor Pendorong Motivasi Wisatawan sebagaimana tersebut tabel-tabel berikut ini :

1.1 Rekapitulasi hasil angket faktor *escape* sebagaimana tersebut dalam tabel 1 di bawah ini

Tabel 1
Rekapitulasi hasil angket faktor *escape*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	34	34 %	170
2.	Setuju	4	47	47 %	188
3.	Cukup setuju	3	19	19 %	57
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	415

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *escape* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 34 orang (34%) dengan rating 5 dan score 170, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 47 orang (47%) dengan rating 4 dan score 188, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 19 orang (19%) dengan rating 3 dan score 57, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0 (tidak ada), sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya setiap responden menghendaki adanya *escape* untuk mengusir kejenuhan, namun belum tahu kemana.

1.2 Rekapitulasi hasil angket faktor *relaxations* sebagaimana tersebut dalam tabel 2 berikut

Tabel 2
Rekapitulasi hasil angket faktor *relaxations*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	26	326 %	130
2.	Setuju	4	54	54 %	216
3.	Cukup setuju	3	20	20 %	60
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	406

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *relaxations* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 27 orang (27 %) dengan rating 5 dan score 130, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 54 orang (54 %) dengan rating 4 dan score 2016, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 20 orang (20 %) dengan rating 3 dan score 60, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0 (tidak ada), sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *relaxations* untuk mengusir ketegangan, namun belum tahu kemana. .

1.3 Rekapitulasi hasil angket faktor *play* sebagaimana tersebut dalam tabel 3 berikut ini

Tabel 3
Rekapitulasi hasil angket faktor *play*

No	Kategori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	28	28 %	140
2.	Setuju	4	49	49 %	196
3.	Cukup setuju	3	19	19 %	57
4.	Kurang setuju	2	4	4 %	8
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	401

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *play* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 28 orang (28 %) dengan rating 5 dan score 140 yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 49 orang (49 %) dengan rating 4 dan score 196, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 19 orang (19 %) dengan rating 3 dan score 59, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 4 (4 %), dengan rating 2, dengan score 8, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden atau 94 % menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *play* namun belum memutuskan kemana dan hanya 4 orang (4 %) yang kurang setuju.

1.4 Rekapitulasi hasil angket faktor *Strengthening family bonds* sebagaimana tersebut dalam tabel 4 berikut ini

Tabel 4
Rekapitulasi hasil angket faktor *Strengthening family bonds*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	21	21 %	105
2.	Setuju	4	57	57 %	228
3.	Cukup setuju	3	14	14 %	42
4.	Kurang setuju	2	8	16 %	16
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	391

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *Strengthening family bonds* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 21 orang (21 %) dengan rating 5 dan score 105, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 57 orang (57 %) dengan rating 4 dan score 228, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 14 orang (14 %) dengan rating 3 dan score 42, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 8 orang (8 %), dengan rating 2 dan score 16, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar responden atau 92 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *Strengthening family bonds* namun belum tahu kemana dan hanya 8 % yang kurang setuju.

1.5 Rekapitulasi hasil angket faktor *prestige* sebagaimana tersebut dalam tabel 5 berikut ini:

Tabel 5
Rekapitulasi hasil angket faktor *prestige*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	14	14 %	70
2.	Setuju	4	62	62 %	248
3.	Cukup setuju	3	24	24 %	72
4.	Kurang setuju	2	4	4 %	8
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	398

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *prestige* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 14 orang (14 %) dengan rating 5 dan score 70, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 62 orang (62 %) dengan rating 4 dan score 248, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 24 orang (24 %) dengan rating 3 dan score 72, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 4 orang (4 %), dengan rating 2 dan score 8, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya sebagian besar responden atau 96 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum tahu kemana, hanya 4 % yang kurang setuju.dan tidak ada yang tidak setuju..

1.6 Rekapitulasi hasil angket faktor *social interaction* sebagaimana tersebut dalam tabel 6 berikut ini:

Tabel 6
Rekapitulasi hasil angket faktor *social interaction*

No	Kategori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	54	54 %	270
2.	Setuju	4	34	34 %	136
3.	Cukup setuju	3	12	12 %	36
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	442

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *social interactions* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 54 orang (54 %) dengan rating 5 dan score 270, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 34 orang (34 %) dengan rating 4 dan score 136, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 12 orang (12 %) dengan rating 3 dan score 36, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum memutuskan ke mana.

1.7 Rekapitulasi hasil angket faktor *romance* sebagaimana tersebut dalam tabel 7 berikut ini:

Tabel 7
Rekapitulasi hasil angket faktor *romance*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	13	13 %	65
2.	Setuju	4	47	47 %	188
3.	Cukup setuju	3	39	39 %	117
4.	Kurang setuju	2	1	1 %	2
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	373

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *romance* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 13 orang (13 %) dengan rating 5 dan score 65, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 47 orang (47 %) dengan rating 4 dan score 188, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 39 orang (39 %) dengan rating 3 dan score 117, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 1 orang atau (1 %) dengan rating 2 dan score 2, dan score yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *prestige* namun belum memutuskan ke mana

1.8 Rekapitulasi hasil angket faktor *educational opportunity* sebagaimana tersebut dalam tabel 8 berikut ini:

Tabel 8
Rekapitulasi hasil angket faktor *educational opportunity*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	47	47 %	235
2.	Setuju	4	45	45 %	180
3.	Cukup setuju	3	8	8 %	34
4.	Kurang setuju	2	-	-	-
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	415

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *educational opportunity* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 47 orang (47 %) dengan rating 5 dan score 235 yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 45 orang (45 %) dengan rating 4 dan score 180, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 8 orang (8 %) dengan rating 3 dan score 34, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score, yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada umumnya semua responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *educational opportunity* namun belum memutuskan ke mana .

1.9 Rekapitulasi hasil angket faktor *self fulfillment (self discovery)* sebagaimana tersebut dalam tabel 9 berikut:

Tabel 9
Rekapitulasi hasil angket faktor *self fulfillment (self discovery)*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	8	8 %	40
2.	Setuju	4	67	67 %	264
3.	Cukup setuju	3	22	22 %	66
4.	Kurang setuju	2	3	3 %	6
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	370

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *self fulfillment (self discovery)* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 8 orang (8 %) dengan rating 5 dan score 40, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 67 orang (67 %) dengan rating 4 dan score 246, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 22 orang (22 %) dengan rating 3 dan score 66, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 3 orang atau (3 %) dengan rating 2 dan score 6, dan yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan score. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada sebagian besar atau 96 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *self fulfillment (self discovery)* namun belum memutuskan ke mana dan hanya 3 % kurang setuju.

1.10 Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment* sebagaimana tersebut dalam tabel 10 berikut:

Tabel 10
Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment*

No	Katagori	Rating	Jumlah	Persentase	Score
1.	Sangat setuju	5	3	3 %	15
2.	Setuju	4	45	45 %	180
3.	Cukup setuju	3	39	39 %	117
4.	Kurang setuju	2	13	13 %	26
5.	Tidak setuju	1	-	-	-
	Jumlah		100	100 %	338

Sumber: Data Olahan

Dari hasil angket mengenai faktor *wish fulfillment* sebagai faktor pendorong motivasi melakukan perjalanan wisata menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih berpendapat sangat setuju sebanyak 3 orang (3 %) dengan rating 5 dan score 15, yang memilih dan berpendapat setuju sebanyak 45 orang (45 %) dengan rating 4 dan score 180, yang memilih dan berpendapat cukup setuju sebanyak 39 orang (39 %) dengan rating 3 dan score 117, yang memilih dan berpendapat kurang setuju berjumlah 13 orang atau (13 %) dengan rating 2 dan skor 26, dan yang memilih dan berpendapat tidak setuju berjumlah 0, sehingga tidak ada jumlah persentase dan skor. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pada sebagian besar atau 87 % responden menginginkan melakukan perjalanan wisata untuk *wish fulfillment* namun belum memutuskan ke mana dan hanya 3 % kurang setuju.

2. Kompilasi Scoring Hasil Angket Terhadap Faktor-Faktor Pendorong motivasi wisatawan sebagaimana tersebut dalam tabel 11 berikut:

Tabel 11
Rekapitulasi hasil angket faktor *wish fulfillment*

No	Faktor Pendorong	Rating					Jml	Score
		5	4	3	2	1		
1.	<i>Escape</i>	34	47	19	-	-	100	415
2.	<i>Relaxations</i>	26	54	20	-	-	100	406
3.	<i>Play</i>	28	49	19	4	-	100	401
4.	<i>Strenghtening family bonds</i>	21	57	14	8	-	100	391
5.	<i>Prestige</i>	14	62	24	4	-	100	398
6.	<i>Social interaction</i>	54	34	12	-	-	100	442
7.	<i>Romance</i>	13	47	39	1	-	100	373
8.	<i>Educational opportunity</i>	47	45	8	-	-	100	415
9.	<i>Self fulfillment (self discovery)</i>	8	67	22	3	-	100	370
10.	<i>Wish fulfillment</i>	3	45	39	13	-	100	338
		Jumlah						3949

SIMPULAN

Dari hal tersebut diketahui bahwa faktor pendorong motivasi *Social interaction* memperoleh skor 442, faktor *escape* dan *educational opportunity* memperoleh score sama yaitu 415, *Relaxations* memperoleh skor 406, *play* memperoleh skor 401, *Prestige* memperoleh skor 398, *Strengthening family bonds* memperoleh skor 391, *Romance* memperoleh skor 373, *Selffulfillment (self discovery)* memperoleh skor 370, *Wish fulfillment* memperoleh skor 338

Sebagian besar responden menginginkan untuk melakukan perjalanan wisata. Pada faktor-faktor *relaxations* (4 %) *play* (4 %), *strengthening family bonds* (8 %) *prestige*, (4 %), *romance* (1%), *self fulfillment* (3 %) dan *wishfullfilment* (18 %) responden memilih dan berpendapat kurang setuju dan tidak ada yang memilih dan berpendapat tidak setuju.

DAFTAR RUJUKAN

- Arikunto.2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta:Bumi Aksara.
- Cristie, Mill Robert, 2000, Tourism in International Business, Edisi Bahasa Indonesia, Penerbit PT Raja Grafindo Persada, Jakarta;
- Kotler, Philip, 1997, Marketing Management, Analysis, Planning, Implementaations and Control, Prentice Hall, Inc
- Fandeli, Chafid, Perencanaan Pariwisata. Yogyakarta: Pelajar
- Gartner, W. C.. 1996. Tourism Development. New York: International Thomson Publishing Company.
- Kusmayadi, Ir., 2000. Metodologi Penelitian Dalam Bidang Kepariwisata. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Marpaung, Happy, Drs., Herman Bahar, 2002. Pengantar Pariwisata, Bandung : Alfabeta
- Pendit, Nyoman S. 2003. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Yogyakarta: Pradnya Paramitha.
- Pitana, I Gde 2005. Pengantar Ilmu Pariwisata.Penerbit: Penerbit Andi..
- Soekadijo, R. G. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.Bandung: Alfabeta.



Sunaryo, Bambang, 2013, Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, Gava Media, Yogyakarta.

Rangkuti, Freddy. 2011. SWOT Balanced Scorecard. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Suwantoro, Gamal, SH.. 1997. Dasar-Dasar Pariwisata. Yogyakarta : ANDI.

Wahab, Salah, 1997. Pemasaran Pariwisata. Jakarta : PT. Padnya Paramita

Yoeti, Oka A, H. Drs. MBA., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: PT. Angkasa