



DOI: <https://doi.org/10.38035/rrj.v7i4>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Push dan Pull Factor Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang

I Gusti Agung Febrianto¹, Mayang Fitri Anggani², I Putu Utama³

¹Politeknik Pariwisata Bali, Bali, Indonesia agungfebri@ppb.ac.id

²Politeknik Pariwisata NHI Bandung maf@poltekipar-nhi.ac.id

³Politeknik Pariwisata Bali, Bali, Indonesia utama.stpbali@gmail.com

Corresponding Author: igustiagung.febrianto@gmail.com

Abstract: *Tourism villages represent a form of tourism destination that continues to evolve in response to the growing interest of tourists in authentic and sustainable experiences. One such tourism village currently developing in West Java is Lebakmuncang Tourism Village. Motivation is a fundamental element in tourism studies, serving as a primary driving force that compels individuals to engage in travel activities. Tourist motivation is influenced by two primary forces, commonly referred to as push and pull factors. The push and pull factor framework has become one of the most widely recognized and effective theoretical approaches for examining and understanding tourist behavior. This study focuses on identifying and analyzing tourist motivation for visiting Lebakmuncang Tourism Village through a comprehensive and detailed approach. The research utilizes a descriptive quantitative method, involving the distribution of questionnaires to 100 respondents. The results indicate that the dominant push factor motivating tourists to visit Lebakmuncang Tourism Village is the presence of facilities that promote social interaction. Conversely, the dominant pull factors are the inherent characteristics of the destination, such as climate, distance, historical significance, and natural attractions.*

Keyword: *Motivation, Push and Pull Factors, Tourism Village*

Abstrak: Desa wisata merupakan salah satu bentuk destinasi pariwisata yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman yang otentik dan berkelanjutan. Salah satu desa wisata yang berkembang saat ini di daerah Jawa Barat yaitu desa wisata Lebakmuncang. Motivasi merupakan elemen krusial dalam kajian pariwisata karena berperan sebagai faktor pendorong utama yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Motivasi dipengaruhi dua kekuatan yang dikenal dengan konsep faktor *Push* dan *Pull*. Pendekatan *push* dan *pull factor* dalam memahami motivasi wisatawan telah menjadi salah satu kerangka teoritis yang paling populer dan efektif dalam menganalisis serta mempelajari perilaku wisatawan. Berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis motivasi wisatawan dalam mengunjungi desa wisata dengan pendekatan yang lebih terperinci dan holistik. Metode penelitian ini deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner ke 100 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terlihat motivasi *push factor* utama wisatawan untuk

berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor fasilitas yang mendukung interaksi sosial, dengan persentase sebesar dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor penarik yang berasal dari karakteristik tempat wisata yang tidak dapat diubah, seperti iklim, jarak, sejarah, dan daya tarik alam.

Kata Kunci: Desa Wisata, Motivasi, Push and Pull Factor

PENDAHULUAN

Desa wisata merupakan salah satu bentuk destinasi pariwisata yang terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat wisatawan terhadap pengalaman yang otentik dan berkelanjutan. Desa wisata menawarkan perpaduan antara keindahan alam, kearifan lokal, serta pengalaman budaya yang tidak dapat ditemukan di destinasi pariwisata konvensional. Berdasarkan laporan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), kontribusi desa wisata terhadap pariwisata nasional terus menunjukkan peningkatan yang signifikan, baik dari segi jumlah kunjungan wisatawan domestik maupun internasional. Hal ini menunjukkan bahwa desa wisata memiliki potensi besar untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan, khususnya dalam mendorong pemerataan ekonomi di wilayah pedesaan.

Perubahan preferensi wisatawan pasca-pandemi COVID-19 juga memengaruhi tren kunjungan ke desa wisata. Wisatawan saat ini lebih mengutamakan keamanan, kesehatan, dan keberlanjutan dalam memilih destinasi wisata. Desa wisata, dengan karakteristiknya yang menawarkan interaksi personal, suasana alam terbuka, serta jarak sosial yang alami, menjadi pilihan yang menarik dibandingkan destinasi wisata massal. Selain itu, meningkatnya minat wisatawan terhadap aktivitas berbasis alam dan budaya, seperti agrowisata, ekowisata, dan wisata spiritual, semakin mempertegas posisi desa wisata sebagai destinasi unggulan yang sesuai dengan kebutuhan zaman.

Motivasi merupakan elemen krusial dalam kajian pariwisata karena berperan sebagai faktor pendorong utama yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Harsono, 2017). Motivasi merupakan salah satu faktor krusial bagi wisatawan dalam merencanakan perjalanan wisata. Hal ini disebabkan oleh cara wisatawan memandang destinasi yang dipengaruhi oleh persepsi individu, pengalaman pribadi, serta informasi yang diterima (Savitri dan Susanti, 2024). Berbagai studi empiris telah menyoroti ragam motivasi yang mendorong wisatawan mengunjungi desa wisata. Sebagai contoh, penelitian oleh Suhud, Allan dan Willson (2021) menunjukkan bahwa motivasi utama wisatawan meliputi keinginan untuk mengeksplorasi budaya lokal, menikmati suasana alam, serta mendapatkan pengalaman yang bermakna. Generasi milenial dan Z, sebagai segmen wisatawan yang mendominasi pasar saat ini, juga memiliki kecenderungan untuk mencari pengalaman yang tidak hanya menyenangkan tetapi juga memberikan nilai tambah seperti belajar tradisi lokal atau mendukung keberlanjutan. Motivasi ini mencerminkan tren global di mana wisatawan semakin mencari pengalaman yang autentik dan bermakna. Motivasi

Motivasi wisatawan menjadi salah satu aspek penting dalam memahami faktor pendorong kunjungan mereka ke desa wisata. Secara teoritis, Push and Pull Theory (Dann, 1981) menjelaskan bahwa motivasi wisatawan terbagi menjadi dua komponen utama. Faktor push meliputi dorongan internal seperti kebutuhan untuk bersantai, mencari pengalaman baru, atau menghindari rutinitas. Sementara itu, faktor pull mencakup daya tarik eksternal seperti keindahan alam, keunikan budaya, dan fasilitas pendukung di desa wisata. Di konteks desa wisata, daya tarik ini sering kali diwujudkan dalam bentuk aktivitas seperti partisipasi dalam kegiatan budaya, eksplorasi tradisi lokal, atau menikmati lanskap alam yang asri. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai motivasi ini sangat penting bagi pengelola desa wisata untuk merancang program yang relevan dengan kebutuhan wisatawan.

Menurut Khuong dan Ha, 2014 dalam Syaiful dkk (2023) menjelaskan mengenai motivasi dipengaruhi dua kekuatan yang dikenal dengan konsep factor *Push* dan *Pull*. Pendekatan push dan pull factor dalam memahami motivasi wisatawan telah menjadi salah satu kerangka teoritis yang paling populer dan efektif dalam menganalisis serta mempelajari perilaku wisatawan. Push factors mengacu pada dorongan internal yang berasal dari dalam diri wisatawan, seperti kebutuhan untuk relaksasi, eksplorasi, atau pemenuhan rasa ingin tahu. Sebaliknya, pull factors mencerminkan daya tarik eksternal yang ada pada destinasi tertentu, seperti keindahan alam, atraksi budaya, atau fasilitas unggulan. Kedua konsep ini saling melengkapi dalam menjelaskan alasan mengapa wisatawan memilih untuk melakukan perjalanan dan bagaimana mereka menentukan destinasi tujuan. Konsep ini telah terbukti berguna untuk mengidentifikasi pola dan preferensi perilaku wisatawan berdasarkan karakteristik individu maupun daya tarik destinasi. Faktor pendorong dan penarik wisatawan perlu dianalisis untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang harus dikembangkan guna meningkatkan peluang wisatawan kembali mengunjungi suatu destinasi (Marmaiyatno, Brahmantyo, Mariati(2023)). Sebagai alat analisis, kerangka kerja ini memungkinkan para peneliti untuk memahami interaksi antara motivasi pribadi wisatawan dengan elemen-elemen yang ditawarkan oleh destinasi. Dengan demikian, pendekatan push dan pull factor tidak hanya membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, tetapi juga memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat.

Crompton dan John (1979) dalam Azman (2019) menjelaskan bahwa wisatawan berkunjung ke suatu tempat ditentukan oleh motivasi dan keinginan individu itu sendiri serta daya Tarik yang ditawarkan oleh objek wisata. Keinginan individu sendiri dan serta daya tarik yang ditawarkan disebut dengan *push and pull theory*. Push and Pull Theory yang dikemukakan oleh Dann (1981) memberikan pemahaman mendalam tentang motivasi wisatawan, yang dikelompokkan ke dalam dua komponen utama: push factors dan pull factors. Push factors mengacu pada dorongan internal yang berasal dari kebutuhan psikologis atau emosional individu. Faktor ini mencakup keinginan untuk melepaskan diri dari tekanan sehari-hari, mencari pengalaman baru, memperluas wawasan, atau bahkan memenuhi kebutuhan sosial seperti bersosialisasi dan membangun hubungan. Dorongan ini bersifat subjektif dan berbeda-beda untuk setiap individu, tergantung pada latar belakang, nilai, dan prioritas mereka. Sebaliknya, pull factors merujuk pada daya tarik eksternal dari suatu destinasi yang memengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjunginya. Faktor ini meliputi elemen seperti keindahan alam, warisan budaya, fasilitas yang tersedia, dan reputasi destinasi. Pull factors sering kali berperan dalam menciptakan citra positif destinasi di benak wisatawan, yang pada akhirnya memengaruhi preferensi dan pilihan mereka. Misalnya, pantai yang bersih, keramahan penduduk lokal, dan keberadaan atraksi unik dapat menjadi alasan utama wisatawan memilih suatu lokasi.

Motivasi wisatawan pada dasarnya tidak muncul secara spontan. Motivasi ini dipengaruhi oleh faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*) menurut Ryan (2005: 67) dalam Oktoriani dkk (2024). *Push* dan *Pull Factor* yang dijelaskan oleh Crompton dan John (1979) dalam Azman (2019) bahwa ada 7 motivasi pendorong dan 2 motivasi penarik. Faktor-faktor motivasi pendorong antara lain: keluar dari lingkungan rutin yang membosankan, eksplorasi dan evaluasi diri, relaksasi, prestise, nostalgia, peningkatan hubungan kekeluargaan, serta fasilitas dari interaksi sosial. Factor motivasi penarik yakni: adanya keingintahuan, petualangan yang baru dan berbeda, serta adanya minat terhadap Pendidikan. Namun, menurut Awaritefe (2004) terdapat 5 faktor motivasi penarik yakni factor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah seperti iklim, jarak, sejarah, tempat wisata, factor dari tempat wisata yang bisa dirubah seperti akomodasi, restoran, hiburan, minat pribadi, atmosfir, faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berwisata seperti strategi

marketing, faktor bisnis, serta faktor rekomendasi dari teman atau kenalan atau bersumber dari media.

Interaksi antara push dan pull factors memainkan peran penting dalam membentuk keputusan perjalanan wisatawan. Push factors sering kali memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan, tetapi keputusan akhir tentang destinasi mana yang akan dipilih biasanya dipengaruhi oleh pull factors. Sebagai contoh, seseorang yang terdorong untuk bersantai (push factor) mungkin memilih destinasi dengan resor mewah atau pantai yang indah (pull factor) sebagai tujuan perjalanannya. Dengan demikian, pemahaman tentang hubungan ini dapat membantu industri pariwisata dalam menyusun strategi pemasaran yang lebih efektif. Teori ini juga relevan dalam konteks pengelolaan destinasi wisata. Pengelola dapat memanfaatkan push factors untuk memahami kebutuhan mendalam wisatawan dan menciptakan program yang memenuhi motivasi tersebut. Sementara itu, pull factors dapat diperkuat melalui pengembangan infrastruktur, pelestarian budaya, dan promosi destinasi untuk menarik lebih banyak pengunjung. Contohnya, destinasi yang menonjolkan keunikan tradisi lokal atau keindahan alam yang autentik dapat meningkatkan daya tariknya sekaligus memenuhi keinginan wisatawan untuk mendapatkan pengalaman baru.

Pendekatan berbasis Push and Pull Theory dapat mendukung keberlanjutan pariwisata. Dengan memahami faktor pendorong dan penarik wisatawan, pengelola dapat menyesuaikan strategi pengembangan destinasi untuk mengurangi dampak negatif pariwisata, seperti over-tourism atau kerusakan lingkungan. Hal ini memungkinkan pengelolaan destinasi yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dan budaya lokal, sehingga menciptakan nilai yang berkelanjutan bagi semua pihak.

Pemahaman yang mendalam tentang motivasi wisatawan menjadi aspek krusial bagi pengelola desa wisata. Dengan memahami motivasi ini, pengelola dapat mengidentifikasi kebutuhan, preferensi, dan harapan wisatawan, sehingga mampu merancang program yang tidak hanya menarik, tetapi juga relevan dengan pengalaman yang mereka cari. Motivasi wisatawan yang beragam mencakup aspek budaya, alam, pendidikan, hingga relaksasi, menuntut pengelola untuk menyusun strategi yang responsif dan inovatif dalam menghadirkan nilai tambah pada pengalaman wisata di desa tersebut. Konteks perancangan program desa wisata, pemahaman terhadap motivasi wisatawan juga berperan dalam menciptakan pengalaman yang autentik dan berkesan. Program yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan tidak hanya meningkatkan kepuasan, tetapi juga mendorong loyalitas dan rekomendasi positif terhadap destinasi.

Salah satu desa wisata yang berkembang saat ini di daerah Jawa Barat yaitu desa wisata Lebakmuncang. Desa Wisata Lebakmuncang terletak di Kecamatan Ciwidey, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Desa ini dikenal sebagai salah satu destinasi yang menawarkan pengalaman wisata berbasis budaya, alam, dan komunitas. Dengan keindahan alam pegunungan, udara yang sejuk, serta pemandangan hijau yang menenangkan, Lebakmuncang menjadi pilihan populer bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana pedesaan khas Jawa Barat. Lebakmuncang memiliki keunikan dalam kekayaan budaya lokalnya. Wisatawan dapat menikmati berbagai aktivitas tradisional seperti menari tarian Sunda, memainkan alat musik angklung, hingga mengikuti kegiatan seni lainnya. Desa ini juga dikenal dengan potensi agrarisnya, di mana wisatawan dapat berpartisipasi dalam aktivitas bertani, seperti memanen stroberi, memetik teh, atau mencoba bercocok tanam di ladang lokal. Interaksi langsung dengan masyarakat setempat memberikan pengalaman yang mendalam, baik secara edukatif maupun rekreatif.

Aktivitas budaya dan agraris merupakan daya tarik yang dimiliki desa ini, selain itu juga memiliki daya tarik berbasis lingkungan yang kuat. Lebakmuncang berkomitmen pada pengelolaan wisata berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan destinasi. Misalnya, mereka memanfaatkan sumber daya lokal untuk menciptakan berbagai produk kerajinan tangan dan kuliner khas yang ramah lingkungan. Salah satu produk

unggulan dari Lebakmuncang adalah olahan herbal dan makanan tradisional yang menggunakan bahan alami dari desa.

Desa Wisata Lebakmuncang juga menawarkan berbagai fasilitas pendukung untuk kenyamanan wisatawan, seperti homestay yang dikelola oleh warga lokal, area camping, dan pusat informasi wisata. Homestay ini memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat pedesaan, sehingga menambah aspek edukasi dan pengalaman autentik. Program wisata di desa ini sering kali didukung oleh kolaborasi antara pemerintah, masyarakat lokal, dan pelaku usaha, yang menjadikannya contoh nyata praktik pariwisata berbasis komunitas (*community-based tourism*). Namun, belum banyak penelitian yang secara komprehensif mengeksplorasi mengenai motivasi wisatawan di desa wisata Lebakmuncang. Selain itu, ada pula kebutuhan untuk memahami bagaimana motivasi tersebut dapat diintegrasikan dengan strategi pemasaran dan pengelolaan destinasi. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis motivasi wisatawan dalam mengunjungi desa wisata dengan pendekatan yang lebih terperinci dan holistik. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pariwisata yang lebih berorientasi pada kebutuhan wisatawan sekaligus mendukung pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk menjelaskan motivasi wisatawan tetapi juga memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola desa wisata dalam menciptakan pengalaman yang menarik dan bermakna. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi pembuat kebijakan dalam merancang program-program pendukung yang dapat meningkatkan daya saing desa wisata di tingkat nasional maupun internasional.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif untuk mengidentifikasi dan menganalisis data yang relevan terkait dengan motivasi dan pengalaman wisatawan di Desa Wisata Lebakmuncang. Metode deskriptif kuantitatif dipilih karena dapat memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang sedang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner sebagai instrumen utama, yang dirancang untuk mengukur variabel-variabel penelitian dengan skala pengukuran yang sesuai. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan hasil secara kuantitatif dan memberikan kesimpulan yang dapat diandalkan. Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata Lebakmuncang. Mereka dipilih dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam aktivitas wisata yang tersedia di desa tersebut. Pemilihan responden ini bertujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh merepresentasikan pengalaman nyata wisatawan dan relevan dengan tujuan penelitian. Desa Wisata Lebakmuncang dipilih sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi unik dalam hal budaya, alam, dan program-program wisata yang ditawarkan, sehingga dapat memberikan wawasan yang berharga terkait motivasi wisatawan.

Menurut Sugiyono (2013), *accidental sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan memilih subjek penelitian yang secara kebetulan ditemui dan mudah dijangkau selama pengumpulan data. Teknik ini sering digunakan untuk efisiensi waktu dan sumber daya. Ferdinand (2013) menambahkan bahwa sampel merupakan bagian representatif dari populasi yang diteliti, sehingga pemilihannya harus mencerminkan karakteristik populasi untuk memastikan validitas hasil penelitian. Hair et al. (2010: 101) menyarankan jumlah sampel minimal adalah 50, dengan jumlah ideal 100 atau lebih. Sebagai aturan umum, jumlah sampel sebaiknya lima hingga sepuluh kali lipat dari jumlah variabel yang diteliti. Pedoman ini bertujuan untuk meningkatkan reliabilitas dan akurasi analisis statistik. Berdasarkan pedoman tersebut, penelitian ini menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang, sesuai dengan batas maksimal yang direkomendasikan. Jumlah ini dipilih untuk memastikan data yang representatif dan mendukung hasil penelitian yang valid. Responden dipilih secara acak

dengan tetap memastikan berdasarkan jenis kelamin, usia, profesi, Pendidikan terakhir, daerah asal, dan Jumlah berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan hasil yang lebih komprehensif dan mencerminkan berbagai perspektif wisatawan terhadap Desa Wisata Lebakmuncang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menyebarkan kuisioaner ke 100 reponden yang sudah pernah berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang. Hasil kuisioner ini akan dijelaskan berdasarkan jenis kelamin, usia, profesi, Pendidikan terakhir, daerah asal, dan Jumlah berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang didominasi oleh Wanita dengan persentase sebanyak 73% dan wisatawan laki-laki sebanyak 27%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan dengan jenis kelamin Wanita mendominasi kunjungan ke desa wisata Lebakmuncang. Berdasarkan usia, wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang berada pada rentan usia 40 tahun keatas sebanyak 57 orang dengan persentase 57%. Rentang usia 35-39 tahun sebanyak 5%, rentang usia 30-34 tahun sebanyak 11%, rentang usia 25-29 4%, rentang usia 20-24 sebanyak 11% dan usia 20 tahun kebawah sebanyak 12%. Berdasarkan profesi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang didominasi oleh profesi dosen dengan presentase 45% dan dilanjutkan dengan profesi sebagai pelajar 27%, karyawan swasta 18%, ASN 9% dan wirausaha 1%. Berdasarkan pendidikan terakhir wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang didominasi oleh pascasarjana (S2/S3) sebanyak 74 orang dengan persentasi 74%, dilanjutkan dengan sarjana sebanyak 12%, SMA/SMK sebanyak 12% dan diploma sebanyak 2%. 100 responden wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang didominasi oleh wisatawan berasal dari Jakarta sebanyak 44 orang dengan persentase 44%, selanjutnya dari daerah asal Jawa Barat 29%, Sumatera Barat sebanyak 2%, Jawa Tengah sebanyak 2%, Tangerang sebanyak 2%, Sumatera Utara sebanyak 1% dan Kalimantan Timur sebanyak 1%. Tidak hanya wisatawan domestic yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang namun, dari wisatawan mancanegara juga berkunjung ke desa wisata ini. Wisatawan mancanegara yang mendominasi adalah berasal dari France sebanyak 3 orang dengan persentase 3%, dilanjutkan dari Rusia sebanyak 1%, Jepang sebanyak 1%, dari Netherland sebanyak 1%, dari Switzerland sebanyak 1%, dari Germany sebanyak 1% dan dari Cambodia sebanyak 1%. Secara keseluruhan wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang hanya baru sekali berkunjung dengan persentase 94%, 3 kali berkunjung sebanyak 4% dan 2 kali berkunjung sebanyak 2%. Hasil secara keseluruhan ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang didominasi oleh Wanita dengan rentang usia 40 tahun ke atas yang memiliki profesi sebagai dosen dengan pendidikan terakhir pascasarjana (S2/S3) yang berasal dari daerah Jakarta dengan intensitas kunjungan satu kali.

Pembahasan

Desa wisata Lebakmuncang merupakan desa wisata yang memiliki keunikan yang mampu menarik wisatawan untuk berkujung. Desa wisata ini tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan lokal namun dari wisata mancanegara pula tertarik untuk berkunjung ketempat ini. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui motivasi wisatawan berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang. *Push and pull factor* merupakan salah satu teori yang mampu mengetahui motivasi wisatawan berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang. Teori push dan pull factor merupakan pendekatan yang banyak digunakan untuk menjelaskan alasan wisatawan memilih mengunjungi suatu destinasi dibandingkan tempat lain, jenis pengalaman yang ingin mereka peroleh, serta aktivitas yang ingin mereka lakukan (Said dan Maryono, 2018). Penelitian ini akan menggunakan faktor-faktor dari Crompton dan John (1979) dalam Azman (2019) dan Awaritefe (2004). Kedua pakar ini sangat sesuai dengan kondisi yang terjadi di desa wisata

Lebakmuncang. Pada motivasi pendorong menggunakan faktor: keluar dari lingkungan rutin yang membosankan, fasilitas dari interaksi sosial, eksplorasi dan evaluasi diri, peningkatan hubungan kekeluargaan, dan yang terakhir nostalgia. Pada motivasi penarik menggunakan faktor: faktor adanya keingintahuan, petualangan yang baru dan berbeda, faktor adanya minat terhadap pendidikan, faktor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah seperti iklim, jarak, sejarah, tempat wisata, faktor dari tempat wisata yang bisa dirubah seperti akomodasi, restoran, hiburan, minat pribadi, atmosfer, serta faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berwisata seperti strategi marketing

Tabel 1. Hasil Push Factor

No	Faktor Pendorong	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Keluar dari lingkungan rutin yang membosankan	Saya berkunjung kesini untuk menghilangkan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari	13	13%
2	Fasilitas dari interaksi sosial	Saya ingin menambah pengetahuan tentang kehidupan tradisional dan kebudayaan masyarakat disini	44	44%
3	Eksplorasi dan evaluasi diri	Saya ingin menjelajahi tempat baru dan merasakan pengalaman berbeda disini	28	28%
4	Peningkatan hubungan kekeluargaan	Saya termotivasi untuk pergi kesini karena ingin menikmati waktu berkualitas bersama keluarga atau teman	8	8%
5	Nostalgia	Saya mencari kesempatan untuk melarikan diri dari hiruk-pikuk kota dan menikmati ketenangan disini	7	7%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer, Hasil Olahan Data (2024)

Berdasarkan data pada table diatas, terlihat bahwa motivasi utama wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor fasilitas yang mendukung interaksi sosial, dengan persentase sebesar 44%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tertarik untuk berinteraksi dengan komunitas lokal maupun sesama wisatawan di lingkungan yang memberikan pengalaman sosial yang unik dan menyenangkan. Interaksi ini tidak hanya menciptakan peluang untuk berbagi pengalaman, tetapi juga mendukung terciptanya hubungan yang lebih dekat dengan kebudayaan lokal yang menjadi daya tarik utama desa wisata tersebut. Faktor eksplorasi dan evaluasi diri menjadi motivasi kedua yang signifikan, dengan persentase 28%. Wisatawan memanfaatkan kunjungan ke Desa Wisata Lebakmuncang untuk menemukan pengalaman baru yang dapat memperluas wawasan mereka tentang kehidupan tradisional dan kebudayaan setempat. Aktivitas seperti mengikuti kegiatan wisata budaya, mempelajari tradisi lokal, atau berpartisipasi dalam kegiatan komunitas memberikan kesempatan untuk merefleksikan diri sekaligus menghargai nilai-nilai tradisional. Hal ini menunjukkan bahwa desa wisata ini tidak hanya menjadi tempat rekreasi, tetapi juga berfungsi sebagai media pembelajaran bagi wisatawan. Faktor keluar dari lingkungan rutin yang membosankan menempati urutan ketiga dengan persentase sebesar 13%. Faktor ini mencerminkan kebutuhan wisatawan untuk menghindari kejenuhan dari aktivitas sehari-hari dengan mencari suasana yang berbeda dan lebih menyenangkan. Desa Wisata Lebakmuncang menawarkan suasana pedesaan yang asri dan jauh dari hiruk-pikuk perkotaan, sehingga menjadi pilihan yang tepat untuk melepas penat. Kombinasi fasilitas interaksi sosial, peluang eksplorasi diri, dan suasana yang mendukung relaksasi, motivasi wisatawan untuk mengunjungi desa wisata ini sangat dipengaruhi oleh keinginan mereka untuk mendapatkan pengalaman yang lebih holistik dan bermakna.

Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang secara dominan didorong oleh keinginan untuk memperdalam pengetahuan tentang kehidupan tradisional dan kebudayaan masyarakat setempat. Desa wisata ini menawarkan pengalaman

yang autentik dan unik bagi para wisatawan, dengan berbagai kegiatan yang memungkinkan mereka untuk terlibat langsung dalam tradisi lokal. Lebih dari sekadar hiburan, kunjungan ke Desa Wisata Lebakmuncang juga menjadi sarana pendidikan informal bagi wisatawan. Mereka tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga menjadi peserta aktif dalam kegiatan budaya yang tersedia. Dalam proses ini, mereka mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pelestarian budaya dan tradisi lokal. Hal ini relevan di tengah globalisasi yang sering kali menyebabkan homogenisasi budaya, di mana elemen-elemen budaya lokal perlahan-lahan terkikis. Melalui pengalaman langsung, wisatawan dapat mengapresiasi keragaman budaya Indonesia dan menyadari peran mereka dalam mendukung keberlanjutan tradisi tersebut.

Motivasi untuk memperdalam pengetahuan budaya ini juga berhubungan dengan tren wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*) yang semakin diminati oleh wisatawan modern. Dalam konteks ini, Desa Wisata Lebakmuncang mampu menawarkan pengalaman yang tidak dapat ditemukan di destinasi wisata konvensional. Aktivitas yang disesuaikan dengan kehidupan tradisional menjadi daya tarik utama yang memberikan nilai lebih kepada wisatawan. Selain aspek edukasi dan pengalaman, motivasi wisatawan juga didorong oleh keinginan untuk membangun hubungan emosional dengan masyarakat lokal. Interaksi yang hangat dan ramah dari penduduk desa menciptakan rasa keterikatan dan keterhubungan yang jarang ditemukan di lingkungan perkotaan. Koneksi ini memungkinkan wisatawan untuk merasakan kehidupan desa secara lebih intim, sekaligus membangun penghargaan terhadap kebersahajaan dan kearifan lokal yang menjadi ciri khas masyarakat di Desa Wisata Lebakmuncang. Interaksi semacam ini tidak hanya memperkaya wawasan wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat timbal balik bagi komunitas desa melalui penguatan identitas budaya mereka.

Tabel 2. Hasil Pull Factor

No	Faktor Penarik	Pernyataan	Jumlah	Persentase
1	Faktor adanya keingintahuan, petualangan yang baru dan berbeda	Saya tertarik mengunjungi ini karena keindahan alam yang ditawarkan	18	18%
2	Faktor adanya minat terhadap pendidikan	Saya tertarik mengunjungi karena ada hal yang bisa dipelajari	25	25%
3	Faktor dari tempat wisata yang tidak bisa diubah seperti iklim, jarak, sejarah, tempat wisata	Suasana pedesaan yang damai dan alami membuat saya memilih untuk mengunjungi tempat ini	40	40%
4	Factor dari tempat wisata yang bisa dirubah seperti akomodasi, restoran, hiburan, minat pribadi, atmosfer	Fasilitas dan layanan yang tersedia disini membuat saya merasa nyaman untuk berkunjung	9	9%
5	Faktor yang dapat mempengaruhi keputusan berwisata seperti strategi marketing	Saya tertarik untuk berpartisipasi dalam kegiatan wisata alam yang ditawarkan disini, seperti agrowisata	8	8%
Total			100	100%

Sumber: Data Primer, Hasil Olahan Data (2024)

Berdasarkan tabel di atas, motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor penarik yang berasal dari karakteristik tempat wisata yang tidak dapat diubah, seperti iklim, jarak, sejarah, dan daya tarik alam. Faktor ini mencatat persentase tertinggi, yaitu 40%, yang menunjukkan bahwa elemen-elemen tetap dari destinasi wisata tersebut memiliki daya tarik kuat bagi wisatawan. Keunikan alam dan sejarah Lebakmuncang yang khas menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan menarik perhatian, terutama bagi wisatawan yang mencari kedamaian dan keindahan yang tidak dapat ditemukan di wilayah perkotaan. Kondisi ini mempertegas bahwa daya tarik alamiah suatu destinasi tetap menjadi faktor utama yang memotivasi kunjungan wisatawan. Terdapat

motivasi lain yang cukup signifikan, yaitu adanya minat terhadap aspek pendidikan, dengan persentase sebesar 25%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan tidak hanya tertarik pada daya tarik fisik, tetapi juga pada pengalaman yang dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan mereka. Aktivitas seperti belajar tentang budaya lokal, keterampilan tradisional, atau bahkan keterlibatan dalam praktik ekowisata dapat menjadi daya tarik tambahan yang memperkaya kunjungan mereka. Desa Wisata Lebakmuncang, dengan berbagai program edukasi yang berbasis pada keunikan lokal, berhasil menciptakan nilai tambah yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan, khususnya mereka yang ingin memperoleh pengalaman wisata yang bermakna. Hal ini juga dapat dibuktikan dengan banyaknya kalangan profesi dosen yang berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang untuk melaksanakan kegiatan pendidikan. Selain faktor pendidikan, motivasi wisatawan juga didorong oleh rasa ingin tahu dan hasrat untuk menjelajahi pengalaman baru yang berbeda, dengan persentase sebesar 18%. Keinginan untuk mencari petualangan unik dan merasakan suasana yang berbeda dari rutinitas sehari-hari menjadi pemicu penting bagi wisatawan untuk mengunjungi Lebakmuncang. Suasana pedesaan yang damai, dikelilingi oleh pemandangan alam yang indah, memberikan pengalaman yang menyegarkan dan jauh dari kesibukan kota. Kombinasi antara daya tarik alam, peluang edukasi, dan pengalaman unik ini menjadi alasan utama mengapa Desa Wisata Lebakmuncang berhasil menarik perhatian wisatawan, menjadikannya destinasi yang mampu memenuhi berbagai kebutuhan dan preferensi pengunjung.

Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didasarkan pada daya tarik utama berupa suasana pedesaan yang damai dan alami. Lingkungan pedesaan yang tenang, jauh dari hiruk-pikuk perkotaan, memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk menikmati ketenangan batin serta menjauh dari tekanan kehidupan sehari-hari. Desa Wisata Lebakmuncang menawarkan lanskap alami yang indah, seperti hamparan sawah, pepohonan rindang, dan udara segar, yang menciptakan pengalaman rekreasi yang menyegarkan. Faktor ini menjadi daya tarik utama yang memotivasi wisatawan untuk memilih destinasi ini, karena suasana pedesaan menghadirkan keunikan yang sulit ditemukan di tempat lain, khususnya bagi mereka yang tinggal di wilayah urban. Selain aspek ketenangan dan keindahan alam, suasana pedesaan di Lebakmuncang juga mendukung terciptanya pengalaman otentik yang sering menjadi daya tarik utama bagi wisatawan modern. Wisatawan cenderung mencari pengalaman yang berhubungan langsung dengan kebudayaan lokal, kehidupan masyarakat desa, serta tradisi yang masih terjaga. Interaksi dengan masyarakat setempat, seperti mengikuti kegiatan bertani, mempelajari seni kerajinan lokal, atau menghadiri upacara adat, memberikan dimensi edukasi dan apresiasi budaya yang mendalam. Oleh karena itu, suasana damai dan alami yang ditawarkan Lebakmuncang tidak hanya memenuhi kebutuhan wisata rekreatif, tetapi juga kebutuhan wisata berbasis pengalaman. Motivasi untuk mengunjungi desa wisata ini juga dipengaruhi oleh faktor psikologis, seperti kebutuhan untuk relaksasi dan pelarian dari rutinitas. Dalam teori motivasi wisata, hal ini sering dikaitkan dengan konsep pull factors yang menarik wisatawan ke destinasi tertentu. Suasana alami yang disediakan oleh Lebakmuncang menjadi semacam "antitesis" terhadap lingkungan perkotaan yang penuh tekanan, sehingga wisatawan merasa termotivasi untuk mengunjungi destinasi ini guna memenuhi kebutuhan emosional dan mental mereka. Destinasi yang menawarkan ketenangan dan keindahan alam seperti Lebakmuncang cenderung menjadi pilihan ideal bagi wisatawan yang mencari keseimbangan hidup.

Pada akhirnya, motivasi wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Lebakmuncang mencerminkan kebutuhan yang lebih mendalam daripada sekadar rekreasi. Desa wisata ini menjadi ruang di mana edukasi, pengalaman, dan hubungan sosial berpadu untuk menciptakan perjalanan yang bermakna. Dengan menawarkan akses langsung kepada kebudayaan tradisional, desa ini tidak hanya menjadi destinasi wisata, tetapi juga menjadi platform untuk mempromosikan pelestarian budaya dan pemberdayaan masyarakat lokal. Motivasi wisatawan ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Lebakmuncang memiliki potensi

besar untuk terus berkembang sebagai destinasi yang tidak hanya menarik secara ekonomi tetapi juga berkontribusi secara sosial dan budaya. Suasana pedesaan yang damai dan alami di Desa Wisata Lebakmuncang bukan hanya menjadi faktor penarik utama, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai yang diinginkan oleh wisatawan saat ini, seperti pengalaman autentik, keberlanjutan, dan relaksasi. Kombinasi antara daya tarik alami, budaya lokal, dan pendekatan pariwisata berkelanjutan menjadikan Lebakmuncang sebagai destinasi unggulan yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan modern secara holistik. Motivasi untuk berkunjung ke desa ini, oleh karena itu, tidak hanya dipicu oleh keinginan untuk menikmati alam, tetapi juga oleh pencarian makna dan pengalaman yang memperkaya kehidupan wisatawan.

Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi dapat dijelaskan melalui konsep push dan pull factors. Konsep ini menggambarkan dua kategori utama yang memengaruhi keputusan wisatawan. Push factors berkaitan dengan kebutuhan atau keinginan internal wisatawan, seperti keinginan untuk relaksasi, melarikan diri dari rutinitas, mencari pengalaman baru, atau memenuhi rasa ingin tahu. Faktor ini biasanya muncul dari dorongan emosional dan psikologis wisatawan yang mendorong mereka untuk melakukan perjalanan. Sebaliknya, pull factors adalah elemen eksternal yang dimiliki oleh destinasi wisata, seperti keindahan alam, budaya lokal, fasilitas, atau aktivitas menarik yang mampu menarik wisatawan untuk memilih destinasi tertentu. Dalam konteks Desa Wisata Lebakmuncang, push factors dapat berupa kebutuhan wisatawan untuk melarikan diri dari tekanan kehidupan perkotaan dan mencari suasana yang tenang, alami, serta memberikan pengalaman otentik. Rasa ingin tahu dan motivasi untuk menjelajahi sesuatu yang berbeda juga menjadi pendorong internal yang kuat. Sementara itu, pull factors mencakup daya tarik eksternal desa ini, seperti keindahan alamnya yang masih alami, suasana pedesaan yang damai, tradisi dan budaya lokal yang otentik, serta peluang untuk belajar dan berpartisipasi dalam kegiatan edukatif dan ekologis. Kombinasi antara push dan pull factors ini menciptakan motivasi yang holistik bagi wisatawan untuk mengunjungi Lebakmuncang. Wisatawan tidak hanya terdorong oleh kebutuhan emosional untuk mendapatkan pengalaman yang berbeda (push factors), tetapi juga tertarik pada daya tarik unik yang ditawarkan oleh desa wisata ini (pull factors). Pemahaman yang mendalam tentang interaksi antara kedua faktor ini dapat membantu pengelola desa wisata merancang strategi pemasaran dan pengembangan destinasi yang lebih efektif, sehingga mampu menarik lebih banyak wisatawan sekaligus memenuhi kebutuhan mereka secara optimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian mengenai *push* dan *pull factor* motivasi wisatawan berkunjung ke desa wisata Lebakmuncang dapat disimpulkan bahwa terlihat motivasi *push factor* utama wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor fasilitas yang mendukung interaksi sosial, dengan persentase sebesar dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang didominasi oleh faktor penarik yang berasal dari karakteristik tempat wisata yang tidak dapat diubah, seperti iklim, jarak, sejarah, dan daya tarik alam. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi Desa Wisata Lebakmuncang dapat dijelaskan melalui push dan pull factors. Push factors meliputi dorongan internal, seperti kebutuhan untuk relaksasi, pelarian dari rutinitas, dan mencari pengalaman baru. Sementara itu, pull factors mencakup daya tarik eksternal desa, seperti keindahan alam, suasana pedesaan yang damai, budaya lokal yang autentik, dan kegiatan edukatif. Kombinasi kedua faktor ini menjadikan Lebakmuncang destinasi yang menarik, karena mampu memenuhi kebutuhan emosional wisatawan sekaligus menawarkan pengalaman unik dan bermakna.

REFERENSI

- Azam, H., A. (2019). Pengaruh *Push* dan *Pull Factor* Terhadap Kunjungan Wisatawan *Backpaker* Ke Bukittinggi. *Jurnal Benifita*. Hal 182-195. DOI : 10.22216/jbe.v4i1.3854
- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Ferdinand, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Jr et.al. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th ed)*. United States : Pearson
- Harsono, N., R. (2017). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu. *Jom FISIP*. 4. 1–15. <https://media.neliti.com/media/publications/122873-ID-motivasi-wisatawan-mengunjungi-objek-wis.pdf>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2023. Siaran Pers: Kemenparekraf Perkuat Peran Masyarakat. <https://kemenparekraf.go.id>.
- Marmaiyatno, Brahmantyo, H., Mariati, S. (2023). Analysis of The Effect of Push Factors and Pull Factors on Tourists' Revisit Intention To Pahawang Island, Pesawaran District, Lampung Province. *International Journal of Travel, Hospitality and Events*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.56743/ijothe.v2i1.167>
- Oktoraini, S., Mahadewi, N., M., E., Murdana, I., K. (2024). Faktor Pendorong (Push Factor) dan Faktor Penarik (Pull Factor) Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Domestik Ke Desa Wisata Sasak Ende Lombok Tengah. *Journal Of Mandalika Review*. Vol. 3. No. 1. <https://doi.org/10.55701/mandalika>
- Said, J., Maryoni, M. (2018). Motivation and Perception Of Tourists as Push And Pull Factors To Visit Nasional Park. *E3S Web of Conferences*. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/20183108022>
- Savitri, F. A. N. ., & Susanti, E. D. . (2024). Analisis Motivasi Perjalanan Wisatawan Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Alam Puncak Brakseng, Kota Batu. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(9), 9742-9748. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i9.5902>
- Sugiyono. (2013). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Bandung: Alfabeta
- Suhud, U., Allan, M., & Willson, G. (2021). The relationship between push-pull motivation, destination image, and stage of visit intention: The case of Belitung Island. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 14(1), 9-20. <http://www.publishingindia.com/ijhts/24/the-relationship-between-push-pull-motivation-destination-image-and-stage-of-visit-intention-the-case-of-belitung-island/897/6180/>
- Syaiful, H., Wibowo, A. E., Nasution, M. N. A., (2023). Pengaruh Motivasi Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan Mancanegara: Perspektif Faktor Penarik (Studi Destinasi Wisata Relegi Masjid di Kota Batam). *Jurnal Manner*. Vol. 2. Hal 54-76. <https://jurnal.btp.ac.id/index.php/manner-btp/article/view/136>