

MOTIVASI PENGUNJUNG KE KOTA WISATA BUKITTINGGI SUMATERA BARAT

Oleh: Maihendo Dwisaputra
E-mail: maihendrodwisaputra@gmail.com
Pembimbing: Dra. Hj. Syofia Achnes, M.Si

Jurusan Ilmu Administrasi – Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

The research was to know the motivation of tourist visiting the Tour of City of Bukittinggi of Province West Sumatera. The study aims to: (1) to know the motivations of tourists to Tour of City of Bukittinggi of Province West Sumatera. (2) to find out the most dominant motivation in tourists visiting the Tour of City of Bukittinggi of Province West Sumatera. This research uses descriptive quantitative method to describe the problems in a visit travellers. The sample used in this study is 100 people.

Based on the results of the research that has been done, retrieved the motivation of tourists visit to the Tour of City of Bukittinggi of Province West Sumatera is influenced by a variety of motivation, such as physical motivation, fantasy motivation, and cultural motivation.

While the most dominant motivation in the tourists visit to the Tour of City of Bukittinggi of Province West Sumatera is physical relaxation in the form of motivation, comfort, to culinary and shopping, and relax.

Keywords: Motivation, Motivation of Travellers, Tour of City.

PENDAHULUAN

Membicarakan tentang pariwisata dewasa ini kita mengetahui bahwa pariwisata sekarang sudah menjadi salah satu dari sektor bisnis yang menjanjikan, selain memberikan penghasilan yang besar pada devisa negara pariwisata juga memberikan sumbangan besar dalam menjaga dan melestarikan budaya yang ada di negara kita tercinta Indonesia ini, pariwisata identik dengan kunjungan ke objek-objek wisata yang ada tempat rekreasi, kuliner, berkunjung ke laut, gunung, pemandian air panas, kebun binatang, tempat-tempat bersejarah, dan yang lainnya, namun pariwisata tidak hanya sekedar berjalan-jalan bersenang-senang pariwisata sekarang telah menjadi bisnis kompleks yang sangat menggiurkan dan lebih tertata dalam mencapai tujuan suatu bisnis yaitu mendapatkan keuntungan yang sebesar-besarnya dan mendapatkan uang yang sangat banyak tentu nya,

kita tidak membicarakan dalam hitungan jutaan tapi milyaran bahkan triliunan.

Pariwisata menurut para ahli Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur serta tujuan-tujuan lainnya, Kodhyat (1998) pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasiaan dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu.

Berdasarkan UU No 10 Tahun 2009, wisata adalah perjalanan orang ke suatu tujuan yang dilakukan seseorang atau kelompok. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan

kepariwisataan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan Pemerintah Daerah.

Sebagai negara yang memiliki beraneka ragam suku dan budaya, Indonesia sangat kaya akan kebudayaan daerahnya. Baik itu dari segi adat istiadat maupun tradisi kebudayaan. Selain daya tarik yang dapat dipersembahkan oleh keunikan kebudayaan tersebut, Indonesia adalah negara yang kaya dengan memiliki alam yang sangat indah. Kekayaan alam yang indah membuat bangsa Indonesia menjadikan suatu negara yang menyimpan potensi yang sangat besar dalam bidang kepariwisataan. Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia memiliki banyak sekali pulau, dari pulau besar ke pulau kecil. Dengan keadaan geografis yang sangat beragam, maka Indonesia memiliki banyak tempat yang bisa dikunjungi sebagai tempat wisata, khususnya wisata alam. Keindahan alam Indonesia ini telah membuat Indonesia menjadi layak sebagai suatu tempat tujuan wisata di dunia Internasional.

Wisatawan akan melakukan perjalanan wisata bila terdapat hubungan antara motivasi melakukan wisata dengan daerah yang dituju. Motivasi wisata ini ada dalam diri setiap wisatawan yang tidak dapat diketahui secara pasti oleh orang lain namun hanya dapat diduga. Motivasi wisata berdasarkan hasil survey adalah sebagai berikut (Soekadijo, 1996) :

1. Motivasi fisik, motivasi yang berhubungan dengan badaniah, seperti olahraga, istirahat, kesehatan, dan sebagainya.
2. Motivasi budaya, yang diperhatikan disini adalah yang bersifat budaya, atraksinya berupa pemandangan alam, flora atau fauna. Wisatawan datang untuk mempelajari atau sekedar untuk mengenal atau memahami tata cara dan kebudayaan bangsa atau daerah lain.
3. Motivasi interpersonal, berkaitan dengan keinginan untuk bertemu dengan keluarga, teman, tetangga atau berjumpa atau sekedar dapat melihat tokoh-tokoh terkenal.
4. Motivasi status atau motivasi prestise, hanya ingin mendapat pengakuan oleh orang lain karena adanya semacam anggapan bahwa mereka yang telah berkunjung ke tempat-tempat tertentu mempunyai kedudukan setingkat lebih tinggi daripada orang lain.

Motivasi yang berbeda dari wisatawan-wisatawan yang datang pada suatu tempat ini tidak mengurangi tuntutan mereka, yaitu adanya atraksi wisata yang komplementer, maksudnya sesuai dengan motivasi mengadakan wisata, memiliki daya tarik, dan disediakannya fasilitas-fasilitas untuk memenuhi kebutuhan hidup wisatawan selama ia dalam perjalanan (hotel, restoran, tempat belanja dan lainnya mendukung mereka dalam berwisata), juga dalam hal ini perlu diperhatikan mengenai transferabilitas, yaitu kondisi dan sarana untuk bergerak dari tempat kediamannya ke tempat tujuan wisata. Perlu diupayakan pula oleh perusahaan pariwisata maupun oleh pemerintah tentang fasilitas hotel di tempat-tempat wisata sebagai upaya untuk memberikan kenyamanan kepada para wisatawan.

Perkembangan studi kepariwisataan dan banyak literature serta riset mengenai motivasi perjalanan memfokuskan pada kesenangan melakukan perjalanan. Sementara permintaan industri kepariwisataan sendiri berasal dari motivasi wisatawan sama seperti pemasaran, ciri-ciri tujuan wisata, dan faktor-faktor kontingensi seperti uang, kesehatan dan waktu yang berhubungan dengan perilaku memilih wisatawan (Morrison, 1989). Sebagaimana diketahui bahwa salah satu motivasi orang melakukan perjalanan wisata adalah mendapatkan kontribusi yang sesuai dengan apa yang telah di korbankan (uang, waktu dan pekerjaan) guna mematuhi kebutuhan rileksnya saat berwisata.

Wajar rasanya bila motivasi wisatawan dipelajari kaitannya dengan permintaan industri kepariwisataan. Mengelola motivasi merupakan proses pengenalan dan penyediaan kebutuhan wisatawan pada penawaran dalam industri pariwisata yang akan dicapai. Rencana untuk memotivasi wisatawan tidak akan berhasil kecuali hal itu merupakan bagian dari skema komprehensif terpadu dan terkini dalam rencana kerja yang matang. Bila sasarannya adalah untuk kompetisi dan mencapai produk dan jasa pariwisata yang sangat berkualitas, tentu hal ini adalah sangat mendasar. Demikian tampak jelas bahwa masalah motivasi menjadi urgen karena pada akhirnya akan menentukan naik turunnya penawaran dalam industri pariwisata.

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini sering tidak disadari oleh wisatawan itu sendiri (Sharpely, dalam Wahab, 1997). Analisis mengenai motivasi semakin penting kalau dikaitkan dengan pariwisata sebagai fenomena masyarakat modern, dimana perilaku masyarakat dipengaruhi oleh berbagai motivasi yang terjalin secara sangat kompleks, bukan hanya untuk survival sebagaimana motivasi perjalanan masyarakat sederhana.

Selain itu motivasi juga merupakan faktor penting bagi calon wisatawan yang didalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisata akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini di hasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya, dan informasi yang di dapatkannya. Motivasi perjalanan wisata mengalami perubahan, sejalan dengan perkembangan pariwisata itu sendiri.

Tujuan wisatawan di dunia yang ada di Indonesia salah satunya adalah Sumatera Barat. Sumatera Barat merupakan sebuah provinsi di pesisir barat sumatera yang memiliki keindahan alam yang sangat indah seperti pantai, danau, lembah, bukit, ngarai, peninggalan monument bersejarah dan banyak lagi. Sumatera Barat dengan keindahan alamnya yang berbagai macam memiliki objek wisata yang banyak salah satunya adalah Kota Bukittinggi. Kota Bukittinggi terkenal dengan objek wisatanya yaitu Jam Gadang yang merupakan landmark dari Kota Bukittinggi. Menara jam ini memiliki jam dengan ukuran besar di empat sisinya sehingga dinamakan Jam Gadang, sebutan bahasa Minangkabau yang berarti "jam besar". Jam Gadang juga tidak jauh dari beberapa objek wisata lainnya yang ada di Kota Bukittinggi seperti Kinantan Zoo, Taman Panorama dan Lubang Jepang, Rumah Kelahiran Bung Hatta, Jembatan Limpapeh, dan Benteng Fort De Kock. Untuk mencapai lokasi beberapa objek wisata di Bukittinggi, para wisatawan dapat menggunakan jalur darat. Dari kota Padang ke Bukittinggi, perjalanan dapat ditempuh selama lebih kurang 2 jam perjalanan menggunakan angkutan umum. Setelah sampai di kota Bukittinggi, perjalanan

bisa dilanjutkan dengan menggunakan angkutan kota ke lokasi Objek Wisata yang dituju.

Melihat dari banyaknya ragam objek-objek wisata yang ada di Kota Bukittinggi ini mempunyai daya tarik yang sangat besar, oleh karena itulah Bukittinggi juga dikenal sebagai Kota Wisata dan dijadikan kawasan yang sangat sentral bagi kehidupan masyarakat ini lebih dikembangkan dan dikemas menjadi suatu daerah tujuan objek wisata terkemuka di Indonesia terutama bagi Pemerintah Kota Bukittinggi yang masuk dalam proposal Visit Indonesia Years dari tahun ke tahun ini. Terjadinya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bukittinggi oleh wisatawan mancanegara dan domestik dapat di lihat pada tabel yang menunjukkan tentang jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bukittinggi dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2016.

Daftar Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Kota Bukittinggi Sumatera Barat

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik	Jumlah
2011	26.629	332.246	358.875
2012	26.802	360.193	386.995
2013	32.068	404.145	436.213
2014	32.501	400.537	433.038
2015	25.970	434.935	460.905
2016	27.516	443.244	470.760

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi 2017

Berdasarkan Tabel diatas, maka dapat dilihat terjadinya peningkatan kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi Propinsi Sumatera Barat. Walaupun demikian, Kota Bukittinggi harus tetap menjaga tingkat kunjungan wisatawan saat ini karena kalau diperhatikan tahun sebelumnya tingkat kunjungan wisatawan sempat mengalami penurunan terutama wisatawan mancanegara yang sempat mengalami penurunan pada tahun 2015. Permasalahan lainnya terutama di beberapa area objek wisata adalah fasilitas yang masih kurang memadai terutama masalah lahan parkir

yang sangat terbatas dan jumlah toilet yang tersedia. Untuk hari biasa saja, area di Bukittinggi sudah ramai apalagi saat liburan panjang terutama liburan Hari Raya Idul Fitri ataupun Tahun Baru, suasana di Bukittinggi bisa menjadi sangat ramai, semrawut dan merusak kenyamanan wisatawan terutama wisatawan mancanegara. Selain itu, perlu diketahui juga perbandingan antara Kota Bukittinggi dengan salah satu daerah setingkat yaitu Kabupaten Tanah Datar yang merupakan daerah yang juga terkenal sebutan “Kota Budaya” di Provinsi Sumatera Barat. Berdasarkan hal tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

**Perbandingan Jumlah Kunjungan
Wisatawan Kota Bukittinggi dan Kabupaten
Tanah Datar 2013-2016**

Tahun	Jumlah wisatawan ke Kota Bukittinggi	Jumlah wisatawan ke Kab. Tanah datar
2013	436.213	275.935
2014	433.038	926.300
2015	460.905	984.929
2016	470.760	1.189.173

Sumber: Dinas Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kota Bukittinggi dan Kabupaten Tanah Datar 2017

Dilihat dari data perbandingan, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kabupaten Tanah Datar sangat tinggi berbeda dengan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Bukittinggi. Begitu juga dengan adanya dorongan atau motivasi yang membuat mereka mau melakukan perjalanan tersebut, Kota Bukittinggi yang memiliki berbagai macam variasi tujuan wisata seharusnya menjadi magnet tersendiri untuk memotivasi wisatawan untuk datang berkunjung. Hanya saja, kembali pada wisatawan dan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Kota Bukittinggi. Untuk mengetahui motivasi wisatawan yang datang terutama wisatawan mancanegara dibutuhkan penelitian yang mendalam. Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka perlunya mempelajari dan mengetahui motivasi wisatawan untuk mengunjungi Bukittinggi, sehingga membuat penulis merasa tertarik untuk

melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana motivasi wisatawan berkunjung ke Kota Bukittinggi Sumatera Barat. Karena alasan itu penulis membuat judul penelitian ini adalah “ **Motivasi Pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat** ”.

1. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan maka dapat di kemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana motivasi pengunjung ke kota wisata Bukittinggi ?
2. Motivasi apa yang paling dominan yang menjadi motivasi pengunjung/wisatawan untuk datang ke kota wisata Bukittinggi ?

2. BATASAN MASALAH

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya dan juga agar lebih fokus pada topik penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah dan pembahasan di batasi pada ” motivasi pengunjung ke kota wisata Bukittinggi”.

3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui apa yang menjadi motivasi pengunjung ke kota wisata Bukittinggi
2. Untuk mengetahui motivasi apa yang paling dominan yang menyebabkan pengunjung/wisatawan datang ke kota wisata Bukittinggi

4. MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut.

1. Manfaat Teoritis
 - Penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memberikan informasi dan pemikiran bagi pihak-pihak yang berkepentingan serta menambah pengetahuan yang berguna dalam memperluas khazanah ilmu pengetahuan.
2. Manfaat Praktis
 - Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan karya ilmiah dalam upaya mengembangkan kompetensi penulis dan dapat menambah wawasan tentang Motivasi Pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi.

- Dapat digunakan sebagai informasi, tambahan pengetahuan, bahan perbandingan dan juga referensi bagi mahasiswa/i khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau yang membutuhkan informasi sesuai dengan penelitian ini.
- Sebagai sumber informasi bagi Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi dan penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan masukan bagi Pemerintah Daerah Kota Bukittinggi yang berupa pemikiran untuk dapat meningkatkan motivasi wisatawan berkunjung ke Kota Bukittinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Teori Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif seringkali diartikan dengan istilah pengaruh-motivasi terhadap timbulnya perilaku. Pengaruh Motivasi terhadap Timbulnya Perilaku "dorongan". Dorongan atau tenaga tersebut merupakan gerak jiwa dan jasmani untuk berbuat. Jadi motif tersebut merupakan suatu *driving force* yang menggerakkan manusia untuk bertindak-laku, dan di dalam perbuatannya itu mempunyai tujuan tertentu. Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia selalu di mulai dengan motivasi (niat).

Motivasi berasal dari kata latin *move* yang berarti dorongan, daya penggerak atau kekuatan yang menyebabkan suatu tindakan atau perbuatan. Kata *move*, dalam bahasa Inggris sering disepadankan dengan *motivation* yang berarti pemberian motif atau keadaan yang menimbulkan dorongan (Suwanto dan Priansa, 2014:171).

Motivasi merupakan factor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, dimana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya dan informasi yang di dapatkannya (Pitana dan Gayatri, 2005:60).

Kajian motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata ke arah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang (Pitana dan Gayatri, 2005:58).

Menurut Mc. Donald dalam Hadis (2008:29) motivasi adalah perubahan energy dalam diri seseorang yang ditandai dengan munculnya *feeling* dan didahului dengan tanggapan terhadap adanya tujuan. Dari pengertian yang dikemukakan Mc. Donald ini mengandung tiga elemen penting yaitu:

1. Bahwa motivasi mengawali terjadinya perubahan energy pada diri setiap individu manusia

2. Motivasi ditandai dengan munculnya rasa atau *feeling*, afeksi seseorang
3. Motivasi akan dirangsang karena tujuan

Menurut Handoko (1985) yang dikutip dari Nuraini (2013:104) motivasi merupakan sebuah proses psikologis melalui keinginan yang belum terpuaskan yang di arahkan ke pencapaian tujuan, hal ini memperlihatkan motivasi muncul karena adanya kekurangan yang dialami individu. Kekurang itu dapat bersifat *fisiologis* (kebutuhan dasar manusia), *psikologis* (kebutuhan akan jiwa manusia), *sosiologis* (kebutuhan berinteraksi sosial). Kebutuhan tersebut didorong dan diarahkan untuk mengurangi kekurangan akan kebutuhan. Motivasi juga merupakan kekuatan pendorong yang akan mewujudkan suatu perilaku guna mencapai tujuan kepuasan dirinya.

Menurut Fandelli (1995: 40-41) pada umumnya tujuan utama wisatawan untuk berwisata adalah mendapatkan kesenangan. Terdapat dua factor yang menentukan kepergian untuk berwisata yaitu :

- a. Faktor pendorong merupakan factor yang mendorong seseorang untuk berwisata adalah ingin terlepas dari rutinitas, lingkungan yang tercemar serta hiruk pikuk kota meskipun hanya sejenak.
- b. Faktor penarik merupakan factor ini berkaitan dengan adanya atraksi wisata di daerah atau tempat tujuan wisata. Atraksi wisata ini dapat berupa keindahan akan objek ataupun pemandangan yang unik sehingga banyak diperbincangkan orang. Dorongan dari orang terdekat juga menjadi factor penarik orang dalam memutuskan melakukan perjalanan.

2. Jenis-jenis Motivasi

Jenis-jenis motivasi yang dikemukakan para ahli berbeda-beda. Adapun menurut Sukmadinata (2003:64) motivasi berdasarkan sifatnya dapat dibedakan atas tiga macam, yaitu :

1. Motivasi takut atau *fear motivation*, individu melakukan sesuatu karena ada rasa takut.
2. Motivasi intensif atau *intensive motivation*, individu melakukan perbuatan untuk mendapatkan suatu intensif.
3. Sikap atau *attitude motivation* atau *self motivation* motivasi ini lebih bersifat intrinsik, muncul dari dalam diri individu, berbeda dengan kedua motivasi sebelumnya yang bersifat ekstrinsik dan datang dari luar diri.

Sedangkan menurut Sardiman (2008:86), motivasi dapat dilihat dari dasar pembentukannya, yaitu :

1. Motif-motif bawaan adalah motif yang dibawa sejak lahir, jadi motivasi itu ada tanpa dipelajari, misalnya dorongan untuk makan, dorongan untuk minum, dorongan untuk bekerja, untuk beristirahat, dorongan untuk mengajar.
2. Motif-motif yang dipelajari adalah motif-motif yang timbul karena dipelajari, misalnya dorongan untuk belajar, dan dorongan untuk mengajar.

3. Motivasi Wisatawan

Motivasi wisatawan merupakan factor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi, dimana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya dan informasi yang di dapatkannya (Pitana dan Gayatri, 2005:60).

Menurut Sharpley 1994, Wahab 1975 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:58) motivasi merupakan hal sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini tidak didasari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri. Menurut Winardi (2000:137) motivasi berhubungan dengan ide gerakan dan apabila kita menyatakannya secara amat sederhana, maka sebuah motivasi merupakan sesuatu hal yang mendorong atau menggerakkan kita untuk berperilaku dengan cara tertentu.

Menurut Hasibuan (2005:143) Motivasi adalah pemberian daya penggerak yang menciptakan kegairahan kerja seseorang agar mereka mau bekerja sama, bekerja efektif, dan terintegrasi dengan segala daya upayanya untuk mencapai kepuasan.

McIntosh 1977, Murphy 1985 dan Sharpley 1994 (dalam Pitana dan Gayatri 2005:59) mengatakan bahwa motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

1. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis) antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya.

Uraian yang berkaitan dengan indicator motivasi fisik dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Relaksasi

Menurut Suryani (2000) relaksasi merupakan salah satu cara untuk mengistirahatkan fungsi fisik dan mental sehingga menjadi rileks. Sedangkan menurut Thantawy (1997) relaksasi adalah teknik mengatasi kekhawatiran/kecemasan atau stress melalui pengendoran otot-otot dan syaraf, itu

terjadi atau bersumber pada obyek-obyek tertentu. Relaksasi merupakan suatu kondisi istirahat pada aspek fisik dan mental manusia, sementara aspek spirit tetap aktif bekerja. Dalam keadaan relaksasi, seluruh tubuh dalam keadaan homeostatis atau seimbang, dalam keadaan tenang tapi tidak tertidur, dan seluruh otot-otot dalam keadaan rileks dengan posisi tubuh yang nyaman.

b. Kenyamanan

Menurut Klocaba (2001) kenyamanan didefinisikan sebagai kondisi yang dialami resipien berdasarkan pengukuran kenyamanan, Ada tiga tipe kenyamanan (dorongan, ketentraman, transcendence) serta empat konteks pengalaman (fisik, psikospiritual, social dan lingkungan) tipe-tipe kenyamanan didefinisikan sebagai berikut:

- Dorongan (*relief*)
Kondisi resipien yang membutuhkan penanganan fisik dengan segera
- Ketentraman (*ease*)
Kondisi yang tentram atau kepuasan hati
- *Transcendence*
Kondisi dimana individu mampu mengatasi masalahnya

c. Berbelanja dan kuliner

Kuliner dalam bahasa inggris "*culinary*" menurut Gunawan K. Adi adalah yang berhubungan dengan dapur atau masakan. Kuliner adalah hasil olahan yang berupa masakan. Masakan tersebut berupa lauk pauk, makanan (penganan), dan minuman. Karena setiap daerah memiliki cita rasa tersendiri, maka tak heran jika setiap daerah memiliki berbagai tradisi kuliner yang berbeda-beda. Kuliner merupakan sebuah gaya hidup yang tidak dapat dipisahkan.

Ada juga wisata kuliner yaitu wisata yang bertujuan untuk mencoba menikmati hasil masakan di tempat wisata tersebut. Wisata kuliner merupakan perpaduan menikmati suatu makanan sambil menikmati suasana jalan-jalan, bersantai atau sedang berlibur, sehingga memanfaatkan waktu ke tempat-tempat yang menyediakan makanan khas. Dengan kata lain istilah wisata kuliner dapat diuraikan secara bebas tanpa menghilangkan makna perpaduan antara berwisata sambil mencari makanan khas.

d. Bersantai

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) Bersantai memiliki satu arti yaitu melakukan sesuatu dengan tanpa mengalami ketegangan. Bersantai berasal dari kata dasar santai. Bersantai memiliki arti dalam kelas *verba*

atau kata kerja sehingga bersantai dapat menyatakan suatu tindakan, keberadaan, pengalaman, atau pengertian dinamis lainnya dengan tidak adanya ketegangan.

2. *Fantasy motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan *ego enchainment* yang memberikan kepuasan fisiologis. Disebut juga sebagai *status and prestige motivation* yaitu berkaitan dengan keinginan seseorang agar dihargai, dihormati, dan dikagumi dalam rangka memenuhi ambisi pribadi.

a. Kata lain untuk fantasi adalah imajinasi, sedangkan menurut (Yanto Subiyanto, 1980) fantasi adalah kemampuan jiwa untuk membentuk tanggapan-tanggapan atau bayangan-bayangan baru. Abu Ahmadi mendefinisikan Fantasi (khayalan, angan-angan, imajinasi) adalah kekuatan jiwa untuk menciptakan tanggapan baru dalam jiwa kita dengan pertolongan tanggapan-tanggapan yang telah dimiliki. Jadi, dengan kekuatan fantasi manusia dapat melepaskan diri dari keadaan yang dihadapinya dan mampu menjangkau ke depan keadaan yang akan datang.

Jenis-jenis fantasi menurut Bimo Walgito diantaranya adalah:

- 1) Fantasi disadari : fantasi yang terjadinya disadari oleh individu.
Misal: seseorang yang berimajinasi tentang suatu kejadian untuk novelnya.
- 2) Fantasi yang tidak disadari : fantasi yang terjadinya tidak disadari atau tidak disengaja individu. Fantasi semacam ini terjadi pada anak-anak, yang kadang-kadang menimbulkan dusta semu pada anak-anak tersebut.
- 3) Fantasi aktif : fantasi yang terjadinya melibatkan secara aktif gejala-gejala jiwa lainnya seperti pikiran, kemaun, perasaan, dan seterusnya.
- 4) Fantasi pasif : fantasi yang terjadinya tidak melibatkan gejala-gejala jiwa lainnya melainkan secara pasif. Pada fantasi pasif seolah-olah kedadaran dibiarkan untuk tempat bermainnya daya fantasi.
- 5) Fantasi mencipta : fantasi aktif yang mampu menghasilkan karya kreatif.
- 6) Fantasi Tuntunan : fantasi aktif yang terjadinya dibawah tuntunan sesuatu misalnya fantasi yang timbul pada saat membaca novel.

b. Kepuasan

Menurut Tjiptono dan Chandra mendefinisikan kepuasan sebagai upaya

pemenuhan sesuatu atau membuat memadai. Sedangkan menurut Kotler mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang dialami setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil produk dengan harapan-harapannya.

c. Mencari status

Dilihat dari kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) status diartikan sebagai memperoleh kedudukan atau posisi seseorang dalam suatu kelompok. Sedangkan menurut Mc Intosh dan Goeldner status yaitu motivasi yang dilakukan untuk pendidikan, ilmu pengetahuan, mendapat pengakuan atau perhatian orang lain.

d. Kebebasan

Dilihat dari kamus besar bahasa Indonesia (KBBI), kebebasan ini mengandung arti sebagai memiliki kemampuan untuk bertindak sesuai keinginannya sendiri.

Menurut Terry (dalam Hasibuan 2005:145), mengatakan bahwa motivasi adalah keinginan yang terdapat pada diri seseorang individu yang merangsangnya untuk melakukan tindakan-tindakan, motivasi itu tampak dalam dua segi yang berbeda diantaranya.

Pertama, kalau dilihat dari segi aktif/dinamis, motivasi tampak sebagai suatu usaha positif dalam menggerakkan, mengerahkan dan mengarahkan daya serta potensi tenaga kerja, agar secara produktif berhasil mencapai dan mewujudkan tujuan yang ditetapkan sebelumnya.

Kedua, jika dilihat dari segi pasif/statik, motivasi akan tampak sebagai kebutuhan sekaligus juga sebagai perangsang untuk dapat menggerakkan, mengerahkan dan mengarahkan potensi serta daya kerja manusia tersebut kearah yang diinginkan.

3. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lainnya. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (monument bersejarah). Uraian yang berkaitan dengan indicator motivasi budaya dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Adat

Secara etimologi, adat berasal dari bahasa Arab yang berarti kebiasaan. Jadi secara etimologi adat dapat didefinisikan sebagai perbuatan yang dilakukan berulang-ulang lalu menjadi kebiasaan yang tetap dan dihormati orang, maka kebiasaan itu menjadi adat. Adat merupakan kebiasaan-kebiasaan yang tumbuh dan terbentuk dari suatu masyarakat atau daerah

yang dianggap memiliki nilai dan dijunjung serta dipatuhi masyarakat pendukungnya.

Menurut Soekanto (2011) adat mempunyai ikatan dan pengaruh yang kuat dalam masyarakat. Kekuatan mengikatnya tergantung pada masyarakat yang mendukung adat tersebut berpangkal tolak pada perasaan keadilannya. Sedangkan menurut Koen Cakraningrat, adat adalah suatu bentuk perwujudan dari kebudayaan. Kemudian, adat digambarkan sebagai tata kelakuan. Adat merupakan sebuah norma atau aturan yang tidak tertulis, akan tetapi keberadaannya sangat kuat dan mengikat sehingga siapa saja yang melanggar akan dikenakan sanksi yang cukup keras.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa adat merupakan kebiasaan-kebiasaan, aturan-aturan yang harus dipatuhi oleh masyarakat adat yang memuat kebiasaan-kebiasaan, nilai-nilai, dan norma-norma hukum lainnya yang saling mempengaruhi dan menjadi suatu system yang hidup dalam suatu masyarakat tertentu. Dengan demikian adat merupakan aturan yang berlaku pada suatu masyarakat, agar anggota masyarakat dapat menyesuaikan perbuatannya dengan tata kelakuan yang dibuatnya tersebut.

b. Tradisi

Secara terminologi perkataan tradisi mengandung suatu pengertian yang tersembunyi tentang adanya kaitan masa lalu dengan masa kini. Ia menunjuk kepada sesuatu yang diwariskan oleh masa lalu tetapi masih berwujud dan berfungsi pada masa sekarang. Tradisi memperlihatkan bagaimana anggota masyarakat bertingkah laku, baik dalam kehidupan yang bersifat duniawi maupun terhadap hal gaib atau keagamaan.

Tradisi (Bahasa Latin: tradition, “diteruskan”) atau kebiasaan, dalam pengertian yang paling sederhana adalah sesuatu yang telah dilakukan untuk sejak lama dan menjadi bagian dari kehidupan suatu kelompok masyarakat, biasanya dari suatu Negara, kebudayaan, waktu, atau agama yang sama. Hal yang paling mendasar dari tradisi adalah adanya informasi yang diteruskan dari generasi ke generasi baik tertulis maupun (sering kali) lisan, karena tanpa adanya ini, suatu tradisi dapat punah.

Hasan Hanafi (dalam buku Moh Nur Hakim, 2003:29) mendefinisikan bahwa tradisi (Turats) merupakan segala warisan masa lampau yang masa pada kita dan masuk ke dalam kebudayaan yang sekarang berlaku. Berarti bagi pandangan Hanafi bahwa tradisi itu tidak hanya peninggalan sejarah, tetapi juga sekaligus

merupakan persoalan zaman kini dengan berbagai tingkatannya.

c. Kesenian

Menurut Ki Hajar Dewantara seni merupakan hasil dari keindahan yang dapat menggerakkan perasaan seseorang tentang keindahan bagi yang melihatnya. Oleh karenanya, perbuatan manusia bisa mempengaruhi dalam menumbuhkan perasaan yang indah itulah seni. Sedangkan menurut Prof. Drs. Suwaji Bastomi, seni merupakan segala kegiatan batin dengan pengalaman estetika yang menyatakan dalam bentuk yang agung dan memiliki daya pembangkit rasa haru dan takjub.

Menurut Drs. Sudarmaji, seni adalah segala bentuk manifestasi dan pengalaman estetis dengan menggunakan berbagai media seperti berbagai bidang, tekstur, garis, warna, volume, dan lain sebagainya. Seni juga bisa berarti ungkapan perasaan sang pencipta yang disampaikan kepada manusia supaya mereka bisa merasakan apa yang dirasakan oleh pelukis atau para pencipta seni.

Harry Sulastianto mengemukakan seni budaya sebagai suatu keahlian dalam mengekspresikan berbagai macam ide dan pemikiran estetika, termasuk dalam mewujudkan segala kemampuan dan imajinasi pandangan akan suatu benda dan suasana, atau karya yang dapat menumbuhkan rasa indah sehingga mampu menciptakan peradaban yang lebih maju lagi.

d. Budaya

Budaya berasal dari bahasa Sangsekerta yaitu budharyah, yang merupakan bentuk jamak dari buddhi (budi dan akal) diartikan sebagai hal-hal yang berkaitan dengan budi dan akal manusia. Dalam bahasa Inggris, kebudayaan disebut *culture*, yang berasal dari kata Latin *Colere*, yaitu mengolah atau mengerjakan. Bisa diartikan juga sebagai mengolah tanah atau bertani. Kata *culture* juga kadang diterjemahkan sebagai “kultur” dalam bahasa Indonesia.

Menurut F.B. Taylor, budaya adalah suatu keseluruhan yang kompleks meliputi kepercayaan, kesusilaan, seni, adat istiadat, hukum, kesanggupan dan kebiasaan lainnya yang sering dipelajari oleh manusia sebagai bagian dari masyarakat. Sedangkan menurut Linton, budaya merupakan keseluruhan dari sikap dan pola perilaku serta pengetahuan yang merupakan suatu kebiasaan yang diwariskan dan dimiliki oleh suatu anggota masyarakat tertentu.

Soelaiman Soemardie dan Selo Soemadjan menerangkan bahwa suatu kebudayaan merupakan buah atau hasil karya dan rasa masyarakat. Suatu kebudayaan memang

mempunyai hubungan yang amat erat dengan perkembangan yang ada di masyarakat.

Seorang arkeolog, R. Soekmono menerangkan bahwa budaya adalah hasil kerja atau usaha manusia yang berupa benda maupun hasil buah pemikiran manusia dimasa hidupnya. Sedangkan Effat Al-Syarqawi mendefinisikan budaya berdasarkan dari sudut pandang Agama Islam, ia menjelaskan bahwa budaya adalah khazanah sejarah sekelompok masyarakat yang tercermin didalam kesaksian dan berbagai nilai yang menggariskan bahwa suatu kehidupan harus mempunyai makna dan tujuan rohaniah.

4. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi yang bersifat social), seperti mengunjungi teman dan keluarga, (*Visiting friends and relative*), menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*nilai prestise*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan seterusnya. Uraian yang berkaitan dengan indicator motivasi social dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Gengsi

Goldthorp dan Hope (1972) prestise sebagai suatu bentuk simbolik kekuasaan yang terbentuk atas hubungan antara rasa hormat dan penghargaan yang berstruktur.

T.H. Marshall (1964) prestise sebagai “status social pribadi” karena kurang formal dan melembaga, tetapi lebih dinamis dan berpusat pada orang bukan status. Jika dilihat dari Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), gengsi diartikan sebagai sifat yang terlalu membanggakan diri sendiri dengan apa yang diraih atau pun sebuah kehormatan.

b. Pelarian

Pelarian mengandung arti sebagai beralih pergi untuk mencari kesibukan atau kegiatan yang lain.

c. Silaturahmi

Silaturahmi (shilah ar-rahim dibentuk dari kata shilah dan ar-rahim). Kata shilah berasal dari washala-yashilu-waslan washilat(an), artinya adalah hubungan. Adapun ar-rahim atau ar-rahm, jamaknya arham, yakni Rahim atau kerabat. Asalnya dari ar-rahmah (kasih sayang), ia digunakan untuk menyebut Rahim atau kerabat karena orang-orang saling berkasih sayang, karena hubungan Rahim atau kekerabatan jika dilihat dari KBBI silaturahmi dapat diartikan sebagai mempererat hubungan persaudaraan dengan cara mengunjungi rumah sanak saudara.

d. Ramah

Definisi menurut kamus eka bahasa resmi Bahasa Indonesia definisi dari ramah adalah

merupakan sifat baik hati dan menarik budi bahasanya, manis tutur kata dan sikapnya, suka bergaul, dan menyenangkan dalam pergaulan. Memang menyenangkan bergaul dengan orang yang ramah banyak tawa dan banyak bicara.

4. Konsep Wisatawan

Menurut pasal 1 ayat 2 Undang-undang Nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Jadi semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan apapun tujuan perjalanannya dan perjalanan tersebut bukan untuk menetap dan tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjungi.

Menurut Suwanto (2004:4) seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (tourist), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau Negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau Negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (excursionist). IUOTO (the International Union of Official Travel Organization) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum:

Pengunjung (visitor) yaitu setiap orang yang datang ke suatu Negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Jadi ada dua kategori mengenai sebutan pengunjung, yakni wisatawan (tourist) dan Pelancong (excursionist). (Suwanto, 2004:4)

Menurut Suwanto (2004:5) Wisatawan adalah pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya 24 jam di suatu Negara. Wisatawan dengan maksud perjalanan wisata dapat digolongkan menjadi :

- a. Pesiari (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang, sanak saudara, handai taulan, konferensi, misi dan sebagainya

Wisatawan pada intinya adalah orang yang sedang tidak bekerja, atau sedang berlibur dan secara sukarela mengunjungi daerah lain untuk mendapatkan sesuatu yang lain (Smith,1977) (Pitana dan Gayatri, 2005:53)

Cohen (1979) di dalam buku Pitana dan Gayatri (2005:55-56), dalam tulisannya yang lain membedakan wisatawan ke dalam kelompok:

1. *Modern Pilgrimage* (ziarah Modern)
2. *Search for Pleasure* (mencari kesenangan)

Dalam hal ini Cohen memandang bahwa *centre*, dimana orang tersebut mencari “makna”.

Makna ini tidak dapat ditemukan di rumah, melainkan di dalam perjalanan.

METODOLOGI PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Subyek penelitian disini adalah wisatawan atau pengunjung dan Objek Penelitian yaitu Bukittinggi.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun penelitian ini di laksanakan di Kota Bukittinggi Sumatera Barat, Rencana waktu penelitian ini akan di laksanakan selama empat bulan yaitu bulan Maret 2017 sampai dengan bulan Juni 2017.

3. Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan-pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang harus diharapkan dari responden (Sugiyono, 2015:142).

Teknik Observasi

Merupakan teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian (Noor, 2012).

Dokumentasi

Menurut Nasution (2003 : 143) dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengambil data-data dari catatan, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini dokumen-dokumen atau arsip-arsip dari lembaga yang diteliti.

PEMBAHASAN

Motivasi Pengunjung ke Kota Wisata Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat Profil Responden

Responden pada penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung yang datang ke Objek-objek wisata yang ada di Bukittinggi Sumatera Barat, wisatawan atau pengunjung yang dipilih oleh penulis sebagai responden

adalah wisatawan atau pengunjung yang merupakan orang yang langsung datang ke objek wisata dan menggunakan fasilitas yang ada di Objek Wisata di Bukittinggi Sumatera Barat.

Rekapitulasi Gambaran Umum Motivasi Motivasi Fisik

Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Sub Variabel Motivasi Fisik di Objek Wisata Bukittinggi

NO	MOTIVASI	SKALA					TOTAL
		SS	S	R	TS	STS	
1	Relaksasi	29	63	5	3	-	100
2	Kenyamanan	37	55	6	2	-	100
3	Berbelanja & Berkuliner	25	60	7	5	3	100
4	Bersantai	30	60	3	7	-	100

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2017

Berdasarkan table rekapitulasi di atas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada kuesioner yang disebarkan penulis pada sub-variabel Motivasi Wisatawan terbagi menjadi 4 indikator yaitu:

1. Relaksasi

Dalam indicator ini relaksasi yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 29 responden dan Setuju (S) sebanyak 63 responden sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 5 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 3 responden dan Sangat Tidak Setuju tidak memiliki skala ini.

2. Kenyamanan

Dalam indicator ini Mencari Kenyamanan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 37 responden, dan Setuju (S) sebanyak 55 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 6 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 2 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak memiliki skala ini.

3. Berbelanja dan berkuliner

Dalam indicator ini Berbelanja dan Berkuliner yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 25 responden, dan Setuju (S) sebanyak 60 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 7 responden, Tidak Setuju (TS)

sebanyak 5 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 3 responden.

4. Bersantai

Dalam indicator ini Bersantai yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 30 responden, dan Setuju (S) sebanyak 60 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 3 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak memiliki skala ini.

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa sampel pada Motivasi Fisik sebanyak 100 Responden.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis terhadap wisatawan yang berkunjung di Objek Wisata Bukittinggi menyatakan motivasi bahwa :

“Kebutuhan relaksasi sangatlah menarik untuk menikmati fenomena alam, dan temperatur udara yang sejuk di Taman Panorama Ngarai Sianok, kemudian mencari kenyamanan merupakan hal utama di objek wisata Bukittinggi seperti kenyamanan di Jam Gadang dan Taman Panorama dari segi kebersihan, sedangkan berbelanja dan kuliner merupakan daya tarik tersendiri bagi Kota Bukittinggi karena disini didukung pusat perbelanjaan yang mumpuni dan tertata dengan baik maupun tempat-tempat kuliner khasnya dan bersantai disini tidak membosankan karena banyaknya ragam objek wisata di Bukittinggi”.

Motivasi Fantasi

Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Sub Variabel Motivasi Fantasi di Objek Wisata Bukittinggi

NO	MOTIVASI	SKALA					TOTAL
		SS	S	R	TS	STS	
1	Mencari Fantasi	12	59	19	9	1	100
2	Menikmati Kepuasan	24	62	7	7	-	100
3	Mencari Status	7	19	33	25	16	100
4	Mencari Kebebasan	15	48	12	18	7	100

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2017

Berdasarkan table rekapitulasi di atas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada kuesioner yang disebarkan penulis pada sub-variabel Motivasi Wisatawan terbagi menjadi 4 indikator yaitu :

1. Mencari Fantasi\

Dalam indicator ini Mencari Fantasi yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 12 responden, dan Setuju (S) sebanyak 59 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 19 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 9 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 responden.

2. Menikmati Kepuasan

Dalam indicator ini Menikmati Kepuasan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 24 responden, dan Setuju (S) sebanyak 62 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 7 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 7 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak memiliki skala ini.

3. Mencari Status

Dalam indicator ini Mencari Status yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 7 responden, dan Setuju (S) sebanyak 19 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 33 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 25 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 16 responden.

4. Mencari Kebebasan

Dalam indicator ini Mencari Kebebasan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 15 responden, dan Setuju (S) sebanyak 48 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 12 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 18 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 responden.

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa sampel pada Motivasi Fantasi sebanyak 100 Responden.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis terhadap wisatawan yang berkunjung di Objek Wisata Bukittinggi menyatakan motivasi bahwa :
 “Mengenai kepuasan kami rasa di Objek Wisata Bukittinggi ini sangat puas karena objek wisata yang kami nikmati menimbulkan kesan tersendiri, selagi kita berada di objek wisata Bukittinggi ini kita harus bisa menjaga aktivitas kita dan jangan pula sampai mengganggu kesenangan orang lain sehingga menimbulkan keresahan yang mengakibatkan timbulnya sesuatu yang tidak diinginkan”.

Motivasi Budaya

Rekapitulasi Tanggapan Responden pada Sub Variabel Motivasi Budaya di Objek Wisata Bukittinggi

NO	MOTIVASI	SKALA					TOTAL
		SS	S	R	TS	STS	
1	Mempelajari Adat	7	59	18	9	7	100
2	Tradisi	13	59	13	13	2	100
3	Melihat Kesenian	23	59	13	4	1	100
4	Keingintahuan Budaya	19	59	17	5	-	100

Sumber : Data Olahan Penelitian Lapangan 2017

Berdasarkan table rekapitulasi di atas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pernyataan pada kuesioner yang disebarkan penulis pada sub-variabel Motivasi Wisatawan terbagi menjadi 4 indikator yaitu :

1. Mempelajari Adat

Dalam indikator ini Mencari Kenyamanan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 7 responden, dan Setuju (S) sebanyak 59 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 18 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 9 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 7 responden.

2. Mengetahui Tradisi

Dalam indikator ini Mencari Kenyamanan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 13 responden, dan Setuju (S) sebanyak 59 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 13 responden, Tidak Setuju

(TS) sebanyak 13 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 2 responden.

3. Melihat Kesenian

Dalam indikator ini Mencari Kenyamanan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 23 responden, dan Setuju (S) sebanyak 59 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 13 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 4 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) sebanyak 1 responden.

4. Keingintahuan Budaya

Dalam indikator ini Mencari Kenyamanan yang diberikan dengan skala Sangat Setuju (SS) sebanyak 19 responden, dan Setuju (S) sebanyak 59 responden, sedangkan Ragu-ragu (R) sebanyak 17 responden, Tidak Setuju (TS) sebanyak 5 responden dan Sangat Tidak Setuju (STS) tidak memiliki skala ini.

Berdasarkan hasil observasi dan penyebaran kuesioner yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa sampel pada Motivasi Budaya sebanyak 100 Responden.

Dalam wawancara yang dilakukan penulis terhadap wisatawan yang berkunjung di Objek Wisata Bukittinggi menyatakan motivasi bahwa :

“Mempelajari adat disini mungkin hanya sekedar sempat dilakukan saja karena disini lebih difokuskan untuk menikmati objek-objek wisata di Bukittinggi saja, Mengetahui tradisi masyarakat penduduk local mungkin sesuatu yang akan sulit untuk ditemui disini dan hanya ada di hari-hari tertentu saja, selama berkunjung disini untuk melihat kesenian merupakan sesuatu yang kami sukai walaupun itu sedikit tempat yang ada menyediakan tempat pertunjukkan kesenian disini”.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan di Objek Wisata Bukittinggi tentang motivasi pengunjung ke kota wisata Bukittinggi Provinsi Sumatera Barat, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Motivasi setiap masing-masing individu mempunyai motivasi perjalanan yang berbeda dan tergantung pada keinginan wisata yang ingin dicapai. Jika suatu objek wisata dapat memenuhi kriteria yang diinginkan oleh pengunjung, maka objek wisata tersebut akan menjadi pilihan, berarti pengunjung mengharapkan bahwa objek wisata yang mereka kunjungi dapat memenuhi keinginan mereka. Adapun yang menjadi motivasi pada penelitian ini adalah motivasi fisik, motivasi fantasi dan motivasi budaya. Hal ini menunjukkan bahwa keinginan berkumpul, bersosialisasi, mendapatkan kepuasan psikologis dan mencoba hal-hal baru memang tinggi. Tersedianya tempat yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan maka tempat tersebut akan menjadi motivasi bagi wisatawan untuk dikunjungi.
2. Motivasi yang paling dominan diantara ketiga motivasi diatas adalah motivasi fisik, hal ini dapat kita lihat dari hasil penelitian yang menunjukkan penilaian untuk motivasi fisik mendapatkan penilaian yang sangat tinggi dari responden. Tingginya penilaian responden terhadap motivasi fisik menjelaskan bahwa di Objek Wisata Bukittinggi ini dapat memenuhi kebutuhan akan relaksasi, kenyamanan, berbelanja dan berkuliner serta bersantai bagi pengunjung yang mana di Objek Wisata Bukittinggi ini memang membuat pengunjung mendapatkan kepuasan menikmati keindahan alam. Lalu dengan mengunjungi beberapa Objek Wisata di Bukittinggi ini juga membuat pengunjung dapat menghilangkan penat dan kejenuhan akan aktivitas sehari-hari dan juga dengan berkunjung ke Objek Wisata di Bukittinggi dapat memberikan pengalaman yang baru dan berbeda.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Agar Pemerintah Kota Bukittinggi melalui Dinas Pariwisata dan Pemuda Olahraga memberikan perhatian yang lebih kepada Objek-objek Wisata yang ada di Bukittinggi.

Selain itu Pemerintah Kota Bukittinggi diharapkan dapat memberikan beberapa bantuan dalam pemeliharaan kebersihan dan fasilitas sarana dan prasarana di Objek-objek wisata Bukittinggi.

2. Diharapkan kepada pengelola Objek Wisata di Bukittinggi untuk dapat mengetahui tentang motivasi pengunjung ke kota wisata Bukittinggi, hal ini sangat penting untuk diketahui pengelola Objek Wisata di Bukittinggi itu sendiri. Karena dengan mengetahui motivasi-motivasi kunjungan, maka sebagai pengelola untuk dapat lebih mempersiapkan diri dan dapat memberikan pelayanan yang terbaik sesuai dengan harapan pengunjung. Jika pengunjung merasa harapan yang ingin dicapai dan merasa puas, maka besar kemungkinan pengunjung tersebut untuk datang kembali ke Objek Wisata di Bukittinggi dan juga Objek Wisata di Bukittinggi merupakan lokasi letaknya yang paling strategis yaitu berada tidak jauh dari kota Padang dan merupakan arus lalu lintas beberapa Kota Besar di Sumatera seperti Medan dan Pekanbaru.
3. Dengan adanya penelitian tentang motivasi pengunjung ini, diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola untuk dapat mengembangkan yang lebih Objek Wisata yang ada di Bukittinggi ini untuk dapat dijadikan sebagai objek wisata unggulan nasional maupun internasional. Selain itu untuk Pemerintah Kota Bukittinggi agar dapat dengan segera menangani permasalahan apa saja yang perlu dibutuhkan pengelola untuk menata berbagai objek yang ada di Bukittinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Pariwisata dan Pemuda Olahraga. 2017. *Data Jumlah Kunjungan Wisatawan dan Data Objek-Objek Wisata Kota Bukittinggi*. Fandeli, Chafid. 1995. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Hasibuan, Drs. H. Malayu S.P. 1996, *Organisasi dan Motivasi*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Kusmayadi dan Sugiarto, Endar. 2000. *Metodologi Penelitian dalam Bidang*

Kepariwisata. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Mulyadi, 2004. “Motivasi Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Air terjun Sipisopiso”. Sumatra utara. Stipar

Kusmayadi. 2004. *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Mill, Robert Christie. 2000, *Tourism The International Business*, terj. Tri Budi Sastrio, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Murphy, PE. 1985. *A Community Approach*. Routledge. London.

Muhammad, Farouk & H. Djali. 2005. *Metodologi Penelitian Sosial Edisi Revisi*. Jakarta: PTIK Press & Restu Agung.

Pendit, Nyoman S. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradya Paramitha.

Pitana, I Gede & Putu G, Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Andi: Yogyakarta

Ridwan. 2002. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Ridwan, Mohammad. 2012. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Medan: PT. Softmedia.

Soekadijo. 1996. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Bakaruddin. 2009. *Permasalahan dan Pengembangan Kepariwisata*. Padang : UNP Press.

Yoeti, Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Pradya Pariwisata.

Wahab, Salah. 1996. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta: Pradya Paramitha.

Hasibuan, Malayu. 2005. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta; Andi

Suyitno. 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta: Kanisius.

-----, 2009. Undang-Undang No 10 Tentang Kepariwisata.

Kusnul Dwinyu Transmittati, 2004. “ Motivasi Wisatawan Dalam Mengunjungi Objek Wisata Air Panas Suaman (Pawan) di pasir pengaraian Kecamatan Rambah Kabupaten Rokan hulu”. Universitas Riau.

Spillane, J James. 1987. *Ekonomi Pariwisata sejarah dan Prospeknya*. Kanisius.

Yogyakarta.

Spillane, J James. 1994. *Pariwisata Indonesian Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius. Yogyakarta.

<http://tabunginfo.blogspot.co.id/2011/06/sejarah-jam-gadang-bukittinggi.html>

https://id.wikipedia.org/wiki/Jam_Gadang

<http://www.kanal.web.id/2015/08/pengertian-wisata-belanja.html>

<http://andanfhirdaus.blogspot.co.id/2013/01/pengertian-kuliner-kuliner-adalah-hasil.html>

[http://rais-gaffar-](http://rais-gaffar-046.blogspot.co.id/2013/07/apa-itu-kuliner-dan-wisata-kuliner.html)

[046.blogspot.co.id/2013/07/apa-itu-kuliner-dan-wisata-kuliner.html](http://rais-gaffar-046.blogspot.co.id/2013/07/apa-itu-kuliner-dan-wisata-kuliner.html)

<https://wisatalengkap.com/tempat-wisata-di-bukittinggi-terbaru/2/>

<http://www.kemendagri.go.id/pages/profil-daerah/kabupaten/id/13/name/sumatera-barat/detail/1375/kota-bukit-tinggi>

<http://www.bukittinggikota.go.id/profil/wilayah>

<http://kunhantio.blogspot.com/2013/01/teori-motivasi.html>

<http://siapaaditya.blogspot.com/2013/04/teori-motivasi.html>