

MOTIVASI WISATAWAN BERKUNJUNG KE OBJEK WISATA ASIA HERITAGE DI KOTA PEKANBARU

Oleh : Yanda Wilfidandi

Pembimbing : Dr. Firdaus Yusrizal, SST.,MM.Par

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata- Jurusan Ilmu Administrasi
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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motivasi wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru, Provinsi Riau. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan teknik accidental sampling. Variabel yang diteliti terdiri atas faktor pendorong (*Push Factors*) dan faktor penarik (*Pull Factors*), yang dianalisis menggunakan teknik deskriptif frekuensi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi utama wisatawan berasal dari faktor internal seperti keinginan untuk relaksasi, rekreasi, dan mempererat hubungan keluarga. Selain itu, faktor eksternal seperti konsep wisata tematik Asia, kelengkapan fasilitas, serta banyaknya spot foto yang menarik juga berkontribusi terhadap minat kunjungan. Dengan demikian, kombinasi antara dorongan pribadi dan daya tarik destinasi menjadi penentu utama keputusan wisatawan dalam memilih Asia Heritage sebagai tujuan wisata. Temuan ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengelola dalam mengembangkan strategi promosi dan pengelolaan destinasi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Motivasi, Wisatawan, Asia Heritage, Faktor Pendorong, Faktor Penarik

ABSTRACT

This study aims to identify the motivations of tourists visiting the Asia Heritage tourist attraction in Pekanbaru City, Riau Province. The research employs a quantitative descriptive approach. Data were collected through questionnaires distributed to 100 respondents selected using an accidental sampling technique. The variables examined consist of push factors and pull factors, and the data were analyzed using descriptive

frequency analysis. The findings indicate that the main tourist motivations stem from internal factors such as the desire for relaxation, recreation, and strengthening family bonds. Additionally, external factors such as the thematic Asian tourism concept, complete facilities, and the abundance of attractive photo spots also contribute to tourists' interest in visiting. Thus, the combination of personal motivation and destination appeal serves as the key determinant in tourists' decisions to choose Asia Heritage as a travel destination. These findings are expected to provide input for destination managers in developing promotional strategies and sustainable tourism management.

Keywords: *Motivation, Tourists, Asia Heritage, Push Factors, Pull Factors*

A. Latar Belakang

Pariwisata memiliki kontribusi besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, baik secara global maupun nasional. Di Indonesia sendiri, sektor ini menjadi salah satu kekuatan utama dalam meningkatkan devisa negara. Dalam beberapa tahun terakhir, pengelolaan destinasi wisata di berbagai daerah menunjukkan perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan ke berbagai lokasi wisata di seluruh nusantara (Lestari, Anak Agung Adi, et al., 2020).

Industri pariwisata juga memainkan peran strategis dalam membuka lapangan kerja baru, khususnya bagi masyarakat lokal yang tinggal di sekitar destinasi wisata. Usaha penunjang seperti penginapan, kuliner, jasa pemandu wisata, biro perjalanan, hingga usaha kerajinan turut berkembang seiring meningkatnya arus kunjungan wisatawan. Hal ini memperlihatkan bahwa pariwisata bukan hanya soal perjalanan liburan, tetapi juga sebagai salah satu motor penggerak ekonomi masyarakat.

Provinsi Riau Riau merupakan salah satu provinsi dengan potensi pariwisata yang menjanjikan. Terletak di bagian tengah Pulau Sumatera dan berbatasan

langsung dengan Selat Malaka, provinsi ini memiliki beragam potensi wisata yang khas. Pekanbaru sebagai ibu kota Riau juga berperan sebagai pusat pemerintahan dan pertumbuhan ekonomi. Citra budaya Riau diperkuat melalui slogan “*Riau The Homeland of Melayu*,” yang diusung sebagai identitas sekaligus strategi promosi daerah.

Di Kota Pekanbaru sendiri—yang merupakan kota terbesar dan pusat ekonomi Provinsi Riau—pengembangan sektor pariwisata sangat potensial. Jenis wisata yang tersedia pun beragam, mulai dari wisata religi, budaya, hingga sejarah. Jika dikelola secara optimal, sektor ini dapat memberikan kontribusi besar terhadap pendapatan asli daerah (PAD). Saat ini, pemasukan dari sektor pariwisata sebagian besar masih berasal dari layanan seperti hotel, restoran, pusat perbelanjaan, rumah makan, tempat hiburan, serta layanan kesehatan alternatif seperti refleksi. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Pekanbaru, terbuka peluang ekonomi baru bagi masyarakat, seperti di bidang transportasi, kuliner, perhotelan, dan jasa lainnya (Sundoro et al., 2022).

Saat ini, destinasi wisata buatan juga sering dikombinasikan dengan

konsep agrowisata. Wisata buatan umumnya menawarkan hiburan yang dirancang untuk memberi pengalaman menyenangkan, sedangkan agrowisata memberikan kesempatan bagi pengunjung untuk terlibat langsung dalam aktivitas pertanian atau perkebunan. Di Kota Pekanbaru, tren ini mulai banyak dikembangkan sebagai bentuk inovasi wisata yang memadukan rekreasi dan edukasi.

Tabel 1. 1
Rekapitulasi Objek Wisata Kota Pekanbaru

NO	NAMA OBJEK WISATA	JENIS OBJEK WISATA	LOKASI
1.	Agro Wisata Pelangi	Alam	Jl. Lintas Sumatera No.km, RW.13, Kulim, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28289
2.	Anjungan Seni Idrus Tintin	Sejarah & Budaya	Jl.Jend. Sudirman, Kompleks Bandar Seni Raja Ali Haji (Bandar Serai), Pekanbaru
3.	Asia Farm	Alam	Jl. Badak Ujung, Sail, Kec. Tenayan Raya, Kota Pekanbaru, Riau 28131
4.	Asia Heritage	Alam	Jl. Yos Sudarso No.K 12, RW.5, Muara Fajar, Kec. Rumbai, Kota Pekanbaru, Riau 28265
5.	Alam Mayang	Alam	Jl. Alam Mayang, Tangkerang Timur., Kec. Tenayan Raya, Kota

NO	NAMA OBJEK WISATA	JENIS OBJEK WISATA	LOKASI
			Pekanbaru, Riau 2813

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru, 2024.

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kota Pekanbaru memiliki keragaman objek wisata yang mencerminkan kekayaan alam, budaya, dan sejarah. Keberagaman ini selaras dengan latar belakang masyarakat yang multikultural dan kondisi geografis wilayah yang mendukung pengembangan destinasi wisata. Pekanbaru bukan hanya dikenal sebagai pusat pemerintahan dan ekonomi Provinsi Riau, tetapi juga sebagai kota dengan potensi wisata budaya yang kuat, ditandai dengan keberadaan rumah adat Melayu, masjid tua, serta berbagai festival budaya yang menjadi simbol identitas masyarakat setempat. Destinasi wisata tersebut tidak hanya berfungsi sebagai tempat hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi dan pelestarian nilai-nilai tradisional.

Salah satu objek wisata yang ada di Pekanbaru adalah Daya tarik Asia Heritage terletak tidak hanya pada desain arsitektur yang merepresentasikan budaya negara Asia Timur, tetapi juga pada pengalaman langsung yang ditawarkan kepada wisatawan, seperti penyewaan kostum tradisional (hanbok, yukata, dan cheongsam), atraksi musiman (seperti Festival Salju dan Festival Lampu Seribu Bintang), serta area spot foto yang dirancang dengan estetika tinggi dan nuansa budaya yang khas. Kombinasi ini menciptakan pengalaman wisata yang tidak hanya visual, tetapi

juga emosional, terutama bagi pengunjung yang tertarik dengan budaya Asia atau mencari konten unik untuk media sosial mereka.

Salah satu aspek yang menjadikan Asia Heritage menarik untuk dikaji lebih dalam adalah tingginya motivasi wisatawan untuk berkunjung, khususnya dari kalangan muda. Dalam konteks pariwisata, motivasi wisatawan menjadi faktor utama yang mendorong seseorang untuk memilih suatu destinasi. Pitana dan Gayatri (2005) menyebutkan bahwa motivasi terdiri dari dua jenis, yakni faktor pendorong (push factors) dan faktor penarik (pull factors). Faktor pendorong mencakup keinginan untuk relaksasi, keluar dari rutinitas, dan mencari pengalaman baru, sementara faktor penarik berkaitan dengan elemen daya tarik destinasi seperti suasana, budaya, dan fasilitas yang ditawarkan.

Oleh karena itu diperlukan mengeksplorasi faktor-faktor motivasional yang mendorong wisatawan memilih Asia Heritage sebagai destinasi kunjungan. Dengan memahami motif utama pengunjung, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan strategis bagi pengelola wisata, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan pariwisata yang lebih tepat sasaran. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan daya saing destinasi dan peningkatan kepuasan wisatawan secara keseluruhan. Maka dari itu saya tertarik untuk mengambil judul **“Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru”**.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dari itu penulis merumuskan pertanyaan sebagai berikut:

Apa saja faktor-faktor yang memotivasi wisatawan mengunjungi Asia Heritage Pekanbaru?

C. Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah dijelaskan, maka peneliti hanya membahas mengenai mengenai faktor pendorong (*Push Factors*) dan faktor penarik (*Pull Factors*) dari motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata Asia Heritage Pekanbaru.

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi Asia Heritage Pekanbaru.

E. MANFAAT PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan serta penerapan ilmu yang telah penulis pelajari dalam bidang pelayanan, sekaligus menjadi referensi pembanding bagi peneliti lain yang akan mengkaji topik serupa di masa mendatang.
2. Sebagai manfaat bagi dunia akademik dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan serta menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas topik terkait motivasi.
3. Sebagai bahan sebagai acuan sekaligus bahan evaluasi bagi pihak pengelola objek wisata, guna melakukan perbaikan terhadap berbagai kekurangan atau permasalahan yang ada.

F. TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pariwisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata diartikan sebagai segala bentuk kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan wisata. Definisi ini mencakup unsur keindahan, keunikan, serta nilai-nilai yang berasal dari kekayaan alam, budaya, dan hasil karya manusia, yang menjadikan suatu destinasi menarik untuk dikunjungi.

Suwantoro (2002) menyatakan bahwa pariwisata merupakan perjalanan sementara yang dilakukan oleh satu atau lebih orang keluar dari tempat tinggal mereka, dengan berbagai tujuan seperti sosial, budaya, agama, pendidikan, kesehatan, atau hiburan, dan bukan untuk mendapatkan penghasilan dari daerah yang dikunjungi.

James J. Spillane dalam Hadiwijoyo (2012) menggambarkan pariwisata sebagai proses berpindah atau melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara, baik secara individu maupun kelompok. Tujuan perjalanan ini adalah untuk mencapai keseimbangan dan keharmonisan dalam aspek sosial, budaya, maupun keilmuan (Diwangkara et al., 2020).

2. Pengertian Motivasi

Motivasi merupakan konsep penting dalam memahami perilaku manusia, termasuk dalam konteks pariwisata. Indra Iman dan Siswandi (2010) dalam bukunya Aplikasi Manajemen Perusahaan menjelaskan bahwa kata "motivasi" berasal dari bahasa Latin *movere* yang berarti "menggerakkan" atau "mendorong". Dengan kata lain, motivasi adalah kekuatan internal yang menggerakkan seseorang untuk melakukan suatu tindakan, termasuk

dalam hal memutuskan untuk melakukan perjalanan wisata (Ishaya, 2018). Dalam ranah pariwisata, motivasi menjadi faktor utama yang mendorong individu melakukan kunjungan ke destinasi tertentu. Menariknya, dorongan ini seringkali muncul secara tidak disadari sepenuhnya oleh pelaku wisata.

Menurut Huitt (2001) memandang motivasi sebagai suatu kondisi internal yang muncul dari kebutuhan, keinginan, atau hasrat tertentu, yang kemudian mendorong seseorang untuk bertindak demi mencapai tujuan tertentu. Sedangkan menurut Sudarwan Danim menjelaskan bahwa motivasi adalah hasil interaksi dari berbagai faktor internal seperti kekuatan, kebutuhan, semangat, dan tekanan psikologis yang bekerja bersama mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu (Jainiyah et al., 2023). Definisi ini memperlihatkan bahwa motivasi bukanlah sesuatu yang sederhana, melainkan hasil dari proses psikologis yang kompleks.

3. Pengertian Wisatawan

Dalam konteks kepariwisataan, wisatawan diartikan sebagai individu yang meninggalkan tempat tinggal tetapnya untuk mengunjungi suatu destinasi dengan tujuan non-permanen. Aktivitas ini biasanya dilakukan dalam jangka waktu tertentu dan didorong oleh berbagai kepentingan seperti rekreasi, bisnis, pendidikan, atau kegiatan lainnya yang tidak berkaitan dengan mencari penghasilan tetap. Kehadiran wisatawan di suatu destinasi bersifat sementara, namun signifikan, karena menjadi indikator daya tarik wisata suatu daerah. Semakin tinggi jumlah kunjungan, semakin besar pula daya pikat yang dimiliki destinasi tersebut.

Dalam skala internasional, IUOTO (*International Union of Official Travel Organizations*) dalam buku *Pendit*

(2002) menjelaskan bahwa wisatawan adalah seseorang yang bepergian ke negara lain bukan tempat tinggalnya, dengan waktu kunjungan paling sedikit 24 jam dan maksimal 3 bulan (Astina et al., 2013). Menurut Sammeng dalam Bujung et al. (2019), wisatawan merupakan orang yang secara sukarela melakukan perjalanan ke luar tempat tinggalnya untuk maksud tertentu, dan selama kunjungan tersebut ia tidak menerima penghasilan tetap dari lokasi yang dikunjungi. Definisi ini menegaskan bahwa salah satu unsur penting dari wisatawan adalah unsur kesukarelaan dan ketidakterkaitan dengan kegiatan ekonomi di tempat tujuan.

Pandangan lain dikemukakan oleh Marpaung (2002) yang menyatakan bahwa wisatawan adalah siapa pun yang melakukan kunjungan ke tempat lain dalam wilayah suatu negara dengan lama tinggal lebih dari 24 jam, tanpa memperhatikan status kewarganegaraannya. Departemen Pariwisata juga mengemukakan definisi praktis bahwa wisatawan merupakan orang yang melakukan perjalanan dan tinggal sementara di luar tempat tinggal tetapnya, dengan alasan selain untuk mencari penghasilan.

Dari berbagai pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatawan adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke suatu destinasi, baik di dalam maupun luar negeri, untuk tujuan sementara seperti liburan, rekreasi, atau keperluan pribadi lainnya, tanpa niat untuk menetap atau bekerja secara permanen di tempat tujuan. Wisatawan menjadi subjek utama dalam kegiatan pariwisata, dan motivasi mereka untuk berkunjung menjadi dasar penting dalam memahami dinamika industri ini.

4. Pengertian Motivasi Wisatawan

Motivasi intrinsik berasal dari dorongan internal individu, yang berkaitan erat dengan kebutuhan dasar manusia sebagaimana dijelaskan dalam teori hierarki kebutuhan Maslow. Teori tersebut membagi kebutuhan manusia ke dalam lima tingkatan, yaitu kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, penghargaan (prestise), dan aktualisasi diri. Sementara itu, motivasi ekstrinsik dipicu oleh faktor eksternal seperti pengaruh lingkungan sosial, keluarga, atau kondisi pekerjaan. Rangsangan dari luar ini kemudian dapat diinternalisasi oleh individu dan berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Winardi (2000) mengemukakan bahwa motivasi erat kaitannya dengan dorongan untuk bertindak, dan secara sederhana dapat dimaknai sebagai alasan atau kekuatan yang mendorong seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Dalam konteks pariwisata, Pitana dan Gayatri (2005) mengklasifikasikan motivasi wisatawan menjadi dua kelompok besar, yakni motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik mencakup keinginan pribadi seperti relaksasi, pembaruan diri, dan pencapaian secara individu. Sementara itu, motivasi ekstrinsik berasal dari stimulus eksternal seperti promosi destinasi wisata, pengaruh sosial, atau tawaran pengalaman baru yang menarik.

5. Pengertian Objek Wisata

Objek wisata merupakan sebuah lokasi yang memiliki daya tarik tertentu bagi wisatawan, baik yang berasal dari potensi alam maupun hasil karya manusia. Daya tarik tersebut bisa berupa panorama alam seperti pegunungan dan pantai, keanekaragaman flora dan fauna, taman satwa, peninggalan sejarah seperti candi atau monumen, hingga kekayaan budaya daerah seperti tarian tradisional atau kebiasaan unik masyarakat (Rahardjo Adisasmita,

2010). Syarat suatu kawasan dapat disebut sebagai objek wisata menurut Girsang & Sipayung (2021):

1. Adanya *something to see*, artinya, kawasan tersebut memiliki pemandangan atau atraksi yang mampu menarik perhatian pengunjung.
2. Adanya *something to do*, maksudnya artinya, kawasan tersebut memiliki pemandangan atau atraksi yang mampu menarik perhatian pengunjung.
3. Adanya *something to buy*, tempat tersebut menawarkan barang atau oleh-oleh yang unik dan mencerminkan ciri khas daerah setempat.

Menurut Yoeti (2008) menjelaskan bahwa objek wisata, atau yang dikenal pula sebagai tourist attraction, mengacu pada segala sesuatu yang memiliki daya pikat dan mampu mendorong seseorang untuk datang ke suatu daerah tertentu. Dalam dunia pariwisata, unsur-unsur yang dianggap menarik dan memiliki nilai kunjungan inilah yang disebut sebagai atraksi, yang sering disamakan dengan objek wisata (Astina et al., 2013).

G. METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2007), metode kuantitatif didasarkan pada pandangan positivistik dan umumnya digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu secara spesifik. Sampel biasanya diambil secara acak, data dikumpulkan melalui instrumen yang telah baku, kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di objek wisata Asia Heritage Pekanbaru sebagai lokasi penelitian didasari oleh

ketertarikan untuk memahami lebih jauh motivasi para wisatawan dalam memilih destinasi tersebut sebagai tempat kunjungan. Lokasi wisata ini terletak di Jalan Yos Sudarso KM 12, RW 05, Kelurahan Muara Fajar, Kecamatan Rumbai, Kota Pekanbaru, Provinsi Riau 28261. Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu antara Agustus 2024 hingga Februari 2025.

3. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah jenis data yang dikumpulkan secara langsung dari sumber aslinya, bukan berasal dari data yang telah terdokumentasi sebelumnya. Umumnya, data ini diperoleh melalui wawancara langsung atau hasil observasi di lapangan. Dalam penelitian ini, data primer dihimpun dengan menyebarkan kuesioner kepada wisatawan yang pernah mengunjungi objek wisata Asia Heritage di Pekanbaru (Umi Narimawati, 2008)

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan bukan secara langsung dari subjek penelitian, melainkan melalui sumber lain. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari beragam referensi seperti buku, jurnal ilmiah, hasil penelitian terdahulu, serta dokumen atau arsip yang relevan. Data ini berperan sebagai pelengkap untuk memperkuat informasi mengenai objek wisata Asia Heritage. Peneliti memperoleh data tersebut melalui penelusuran berbagai dokumen dan tulisan yang menggambarkan kondisi aktual dari destinasi wisata tersebut (Sugiyono, 2008).

4. Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono (2019), populasi adalah sekelompok individu atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi sasaran penelitian, sehingga dari kelompok tersebut dapat ditarik suatu kesimpulan. Dalam

penelitian ini, populasi yang dimaksud mencakup seluruh wisatawan yang berkunjung ke objek wisata Asia Heritage yang terletak di Kota Pekanbaru.

5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

- a. Observasi
- b. Kuesioner
- c. Dokumentasi

6. Teknik Analisis Data

Pada dasarnya analisis data ialah Teknik penyederhanaan data menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami. Analisis data merupakan tahapan penting yang dilakukan peneliti untuk menata, memahami, dan menyampaikan temuan secara sistematis agar mudah dipahami oleh pembaca (Muhadjir, 2000). Moleong (2002) juga mengemukakan bahwa analisis data adalah proses menyusun data secara runtut, lalu mengaturnya dalam pola, kategori, serta uraian yang memiliki makna.

H. Hasil Dan Pembahasan

1. Gambaran Umum

Asia Heritage Pekanbaru merupakan destinasi wisata tematik yang menyajikan nuansa budaya dari berbagai negara di Asia, seperti Jepang, Korea Selatan, Tiongkok, dan Indonesia. Tempat wisata ini resmi dibuka pada tanggal 21 April 2021 oleh Walikota Pekanbaru saat itu, Drs. H. Firdaus, ST., MT., dan dikelola oleh PT. Asia Victory Propertindo. Berlokasi di Jalan Yos Sudarso KM 12, Muara Fajar, Kecamatan Rumbai, Asia Heritage berdiri megah diatas lahan seluas kurang lebih 16 hektar. Konsep yang diusung adalah “Selfie, Food and Fun”, yang menggabungkan pengalaman berfoto di berbagai spot bertema negara Asia, menikmati kuliner khas dari masing-masing negara, serta bersenang-

senang melalui berbagai wahana permainan yang tersedia.

Namun sebelum berubah menjadi destinasi wisata modern seperti sekarang, kawasan ini dulunya merupakan pusat pelestarian budaya Melayu Riau yang dibangun oleh Yayasan Budaya Melayu pada tahun 2006, dengan tujuan untuk melestarikan warisan sejarah dan budaya lokal. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan masyarakat akan wisata kekinian dan edukatif, kawasan ini mengalami transformasi besar-besaran. Kini, Asia Heritage hadir dengan berbagai atraksi menarik seperti replika Tembok Besar Tiongkok, kawasan Little Kyoto yang menggambarkan suasana kota di Jepang, desa tradisional Jeju ala Korea Selatan, hingga pasar terapung dan museum 3D.

2. Hasil Penelitian

Motivasi wisatawan dalam mengunjungi objek wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru memiliki dua hasil bagian utama yaitu karakteristik responden dan analisis motivasi wisatawan (faktor *push* dan *pull*).

3. Faktor Pendorong (*Push Factors*)

Faktor pendorong merupakan motivasi internal yang berasal dari dalam diri individu (wisatawan) yang mendorong mereka untuk melakukan perjalanan wisata. Faktor ini tidak berkaitan langsung dengan destinasi wisata tertentu, tetapi lebih kepada kebutuhan psikologis, emosional, atau sosial dari wisatawan itu sendiri.

Dengan kata lain, seseorang termotivasi untuk melakukan perjalanan karena ingin melarikan diri dari rutinitas, mencari hiburan, relaksasi, atau mempererat hubungan sosial, dan menemukan makna pribadi dalam hidupnya. Berikut diberikan beberapa hasil dari faktor pendorong dari judul

Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru, sebagai berikut:

1) Mencari pengalaman baru, yaitu dengan nilai rata-rata tertinggi (4.13), menunjukkan bahwa wisatawan didorong oleh keinginan untuk mengeksplorasi hal-hal yang belum pernah mereka coba.

2) Berinteraksi sosial dan memperluas relasi, dengan memiliki nilai rata-rata 4.09, menunjukkan kebutuhan akan koneksi sosial.

3) Memperkaya wawasan dan pengetahuan tentang budaya, dengan memiliki nilai rata-rata 4.05, mengindikasikan minat pada aspek edukasi dan budaya.

4. Faktor Penarik (*Pull Factors*)

Faktor penarik merupakan motivasi eksternal yang berasal dari daya tarik suatu destinasi wisata, seperti atraksi, fasilitas, aksesibilitas, cuaca, dan promosi. Tidak seperti faktor pendorong yang berasal dari dalam diri wisatawan, faktor penarik berhubungan langsung dengan apa yang ditawarkan oleh destinasi wisata tersebut.

Dalam konteks ini, Asia Heritage di Kota Pekanbaru memiliki berbagai daya tarik yang mencakup kemudahan akses transportasi, pertunjukan budaya Asia yang unik, fasilitas yang memadai, serta promosi aktif dari lembaga pariwisata yang terlibat dalam pengelolaan destinasi. Berikut diberikan beberapa hasil dari faktor penarik dari judul Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Objek Wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru:

1) Fasilitas yang lengkap dan terawat, yaitu dengan nilai rata-rata tertinggi (4.38), menunjukkan pentingnya infrastruktur yang baik.

2) Desain dan estetika tempat yang menarik, dengan memiliki nilai rata-rata 4.35, menyoroti daya tarik visual dan desain yang estetik.

3) Terdapat banyak spot foto *instagramable*, yaitu dengan nilai rata-rata 4.29, mengkonfirmasi kuatnya pengaruh media sosial dan kebutuhan akan eksistensi visual sebagai daya tarik utama.

5. Pembahasan

Hasil penelitian dari yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu memandang bahwa tren berwisata di era digital saat ini lebih banyak dipengaruhi oleh kebutuhan akan eksistensi di media sosial dan pencarian pengalaman visual. Asia Heritage berhasil menjawab kebutuhan ini dengan menghadirkan nuansa budaya Asia dalam bentuk yang estetik, modern, dan interaktif.

Namun dengan demikian, peneliti juga mencermati bahwa meskipun banyak wisatawan mengaku puas secara visual, masih terdapat sebagian besar responden yang memberikan tanggapan netral terhadap motivasi emosional seperti *escape* atau ketenangan batin. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun daya tarik visual cukup kuat, aspek kedalaman pengalaman wisata belum sepenuhnya terpenuhi. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar pengelola tidak hanya fokus pada tampilan fisik destinasi, tetapi juga memperkuat sisi edukatif, narasi budaya, dan fasilitas yang mendukung relaksasi emosional pengunjung.

I. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru, berikut

adalah beberapa kesimpulan dari hasil observasi tersebut:

1. Faktor pendorong (*Push Factors*)

Menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengunjungi Asia Heritage karena ingin bersantai, bermain, mempererat hubungan dengan keluarga, dan mengisi waktu luang. Selain itu, keinginan untuk mendapatkan hiburan, pengalaman edukatif, serta mencari suasana baru juga menjadi dorongan penting. Indikator seperti *relaxation*, *play*, dan *strengthening family bonds* mendapatkan skor tinggi, yang mengindikasikan bahwa wisatawan cenderung mencari pengalaman yang menyenangkan, ringan, dan bersifat rekreatif.

2. Faktor Penarik (*Pull Factors*)

Motivasi eksternal yang berasal dari daya tarik objek wisata itu sendiri. Asia Heritage dinilai memiliki keunggulan dalam hal tema budaya Asia, desain visual yang menarik, ketersediaan fasilitas yang lengkap, lokasi yang mudah dijangkau, serta promosi yang efektif melalui media sosial. Kombinasi dari semua elemen ini mampu menarik perhatian wisatawan, terutama dari kalangan usia muda dan masyarakat berpenghasilan menengah ke bawah.

J. Saran

Berdasarkan hasil observasi mengenai bahwa motivasi wisatawan berkunjung ke objek wisata Asia Heritage di Kota Pekanbaru, berikut adalah beberapa saran untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan menarik minat lebih banyak orang untuk mengunjungi masjid ini:

1. Pengembangan Untuk Pengelola Asia Heritage: Disarankan untuk terus memperkuat unsur atraksi budaya yang menjadi daya tarik utama, seperti

pertunjukan tradisional dan area bertema negara-negara Asia. Selain itu, perlu dilakukan peningkatan pada fasilitas pendukung, terutama ruang istirahat yang nyaman, tempat berteduh, serta fasilitas untuk kelompok keluarga dan lansia.

2. Untuk Pemerintah Daerah dan Lembaga Pariwisata: Diharapkan dapat terus mendukung kegiatan promosi dan pengelolaan Asia Heritage melalui program kolaboratif, pelatihan SDM pariwisata, serta penyediaan akses transportasi umum yang terintegrasi menuju lokasi. Peran pemerintah penting dalam memperluas jaringan promosi ke luar daerah dan meningkatkan citra pariwisata Kota Pekanbaru sebagai kota yang ramah wisata keluarga dan budaya.
3. Untuk Penelitian Selanjutnya: Disarankan agar menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) agar dapat menggali motivasi wisatawan secara lebih mendalam, tidak hanya melalui data kuantitatif tetapi juga wawancara atau observasi langsung. Penelitian lanjutan juga bisa memperluas cakupan dengan melibatkan lebih banyak responden dari berbagai kalangan usia, pekerjaan, dan daerah asal, guna memperoleh gambaran yang lebih luas dan komprehensif. Selain itu, penelitian secara berkala (longitudinal) dapat memberikan pemahaman tentang perubahan motivasi wisatawan dari waktu ke waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, A., & Patricia, P. (2021). *Psikologi Pariwisata dalam Menangkap Motif Wisatawan*. Jakarta: CV Bintang Pustaka.
- Anggita, R. F. (2020). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Edukasi

- Kampung Coklat. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 8(1), 50–59.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arjana, I. B. (2015). Pengantar Pariwisata. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 4(2), 32–44.
- Asmara, A. (2020). *Hukum Kepariwisata di Indonesia*. Yogyakarta: Deepublish.
- Astina, I. M. A., et al. (2013). Pengaruh Atribut Daya Tarik Terhadap Keputusan Berkunjung. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 7(2), 1–10.
- Bakaruddin. (2008). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Bujung, I., et al. (2019). Strategi Pengembangan Destinasi Wisata Daerah. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 6(1), 88–96.
- Dalyono, M. (2005). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Diwangkara, I. K. G., et al. (2020). Perjalanan dan Psikologi Wisatawan. *Jurnal Kajian Pariwisata Nusantara*, 4(2), 17–27.
- Emzir. (2009). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Fajriandhany, M., et al. (2020). Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Pariwisata*, 12(3), 141–152.
- Fanaqi, M. A., & Pratiwi, M. D. (2020). Pengantar Pariwisata. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 1(2), 22–30.
- Fandeli, C. (2001). *Pengembangan Ekowisata*. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Fonna, R. (2022). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Pantai Gandorih di Kota Pariaman. *Jurnal Pariwisata Sumatera Barat*, 5(1), 12–18.
- Girsang, R. S., & Sipayung, J. (2021). Daya Tarik Wisata: Konsep dan Implementasi. *Jurnal Pariwisata Kreatif*, 6(2), 78–85.
- Gulman, I., & Hauzan, R. (2009). Teori Motivasi dalam Pariwisata. *Jurnal Ilmu Sosial dan Politik*, 5(1), 34–41.
- Gurning, D. A. (2020). Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Air Terjun Sampuran Widuri. *Jurnal Pariwisata Alam*, 9(3), 70–78.
- Hadi, S. (2020). Perilaku Wisatawan Nusantara. *Jurnal Pariwisata Nasional*, 8(2), 50–58.
- Hadiwijoyo, S. S. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Handoko, H. (2001). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFPE.
- Handayani, S. (2019). Psikologi Perilaku Wisatawan. *Jurnal Psikologi Pariwisata*, 3(1), 25–33.
- Harsono. (2017). Strategi Pengembangan Wisata Berbasis Minat Khusus. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, 10(1), 44–56.
- Hasibuan, M. S. P. (2005). *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, R. D. A. (2021). Motivasi Wisatawan di Kawasan Kampung Warna-Warni. *Jurnal Pariwisata Kreatif*, 5(2), 33–42.
- Huitt, W. (2001). Motivation: Theory and Research. *Educational*

- Psychology Interactive*, Valdosta State University.
- Indra Iman & Siswandi. (2010). *Aplikasi Manajemen Perusahaan*. Bandung: Mandar Maju.
- Ishaya, R. (2018). Studi Motivasi dalam Perilaku Wisatawan. *Jurnal Psikologi Pariwisata*, 1(1), 1–7.
- Jainiyah, E., et al. (2023). Perilaku Konsumen Wisata. *Jurnal Manajemen Pariwisata*, 4(1), 55–63.
- Kurniawati, E. (2022). Pengaruh Motivasi Terhadap Keputusan Berkunjung ke Wisata Alam Banyu Mili. *Jurnal Wisata Bahari*, 2(2), 28–36.
- Lestari, A. A. A., et al. (2020). Kebijakan Pariwisata Nasional dan Implementasinya. *Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Kebijakan*, 6(2), 89–98.
- Marpaung, H. (2002). *Pengetahuan Kepariwisataaan*. Bandung: Alfabeta.
- Moleong, L. J. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyasa, E. (2003). *Manajemen Berbasis Sekolah*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Pendit, N. S. (2002). *Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2005). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Purwanti, R., & Dewi, S. (2014). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD. *Jurnal Keuangan Daerah*, 2(3), 15–21.
- Rahardjo Adisasmita. (2010). *Pengembangan Kawasan Pariwisata*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ridwan, A. (2012). *Pariwisata Berkelanjutan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sahara, S. (2022). Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Puncak Damar Langkisau. *Jurnal Wisata Alam*, 6(1), 29–35.
- Sammeng, R. (2010). Konsep Dasar Kepariwisataaan. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 25–31.
- Santoso, B., & Kartika, H. (2019). Perilaku Wisatawan: Studi Kasus di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Pariwisata Indonesia*, 5(1), 60–68.
- Sardiman, A. M. (2006). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Press.
- Selano, H., et al. (n.d.). Wisata Alam dan Atraksi Budaya di Era Modern. *Jurnal Kajian Wisata*, 2(3), 15–22.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2016). *Consumer Behavior* (11th ed.). Pearson.
- Soemanto, W. (2010). *Dasar-dasar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Liberty.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sundoro, A., et al. (2022). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap PAD Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi Daerah*, 7(2), 112–119.
- Suryadana, K., & Octavia, A. (2015). Motivasi Wisatawan dan Strategi Pemasaran Pariwisata. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(4), 122–130.
- Suryani, L. (2002). *Psikologi Wisata*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suwantoro, S. (2002). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Liberty.
- Thursan Hakim. (2000). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Winardi. (2000). *Motivasi dan Perilaku Manusia dalam Organisasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- WTO. (1980). International Conference on Leisure and Tourism. Madrid: World Tourism Organization.
- Wulandari, I. A. M. (2022). Pengaruh Motivasi terhadap Keputusan Berkunjung ke Green School Bali. *Jurnal Pariwisata Edukatif*, 4(1), 41–49.
- Yulianingsih, R. (2020). Peran Motivasi dalam Keputusan Wisatawan Berkunjung ke Kampung Lele Karanganyar. *Jurnal Pengembangan Pariwisata Daerah*, 5(3), 99–107.
- Yoeti, O. A. (2008). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.