

MOTIVASI DAN PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP DAYA TARIK WISATA GUNUNG FATULEU, DESA NUNSAEN, KECAMATAN FATULEU TENGAH, KABUPATEN KUPANG

Agustino Lukas Fischer Conterius, S.AB., M.Ec.Dev¹ dan
Martarida Bagaihing, S.Pd., M.Par²

^{1,2}Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Kupang
Jl. Adisucipto Kampus Penfui-Kupang NTT

¹E-mail: agustino.conterius@gmail.com

²E-mail: eedatha@gmail.com

Abstrak

Penelitian yang dilaksanakan yakni mengenai motivasi dan persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apa saja motivasi yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu? dan (2) bagaimanakah persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu?. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu, dan (2) untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Untuk mendukung penelitian ini maka dikumpulkan data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 636 wisatawan. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin dengan toleransi eror sebesar 5%, dan mendapat jumlah wisatawan yang menjadi sampel penelitian sebanyak 245 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata wisatawan memiliki *physical or physiological motivation*, *social or interpersonal motivation* dan *fantasy motivation* yang sangat tinggi dan *cultural motivation* yang rendah untuk berwisata pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Rata-rata wisatawan juga memberikan persepsi yang sangat baik terhadap komponen 4A yang meliputi *attraction*, *amenities*, *accessibility* dan *ancillary service* yang terdapat di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Keywords: Motivasi, Persepsi, Gunung Fatuleu

PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Pasal 1 Ayat 3, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Salah satu isu strategis pengembangan pariwisata adalah bagaimana meningkatkan kontribusi pariwisata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya masyarakat di daerah tujuan wisata. Secara umum, makin besar kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian suatu wilayah, makin besar pula kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat di wilayah tersebut. Dengan berkembangnya sektor pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, mengurangi pengangguran dan kemiskinan, menciptakan peluang usaha baru serta menambah pendapatan asli daerah dan

meningkatkan devisa negara (Yoeti, 2008). Hal inilah yang mendorong banyak daerah di Indonesia berlomba-lomba untuk mengeksplorasi dan mengkomersialisasikan berbagai daya tarik wisata yang dimilikinya, sebagai salah satu upaya dalam kegiatan pembangunan daerah dan peningkatan perekonomian daerahnya.

Keberadaan daya tarik wisata dan wisatawan tidak bisa dipisahkan satu sama lain, saling terkait, saling terikat, begitulah hubungan keduanya. Suatu daya tarik wisata yang indah, unik dan menarik dapat menjadi magnet yang siap menarik sebanyak mungkin wisatawan untuk datang berwisata ke daya tarik wisata tersebut. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan Pasal 1 Ayat 5, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Indonesia memiliki

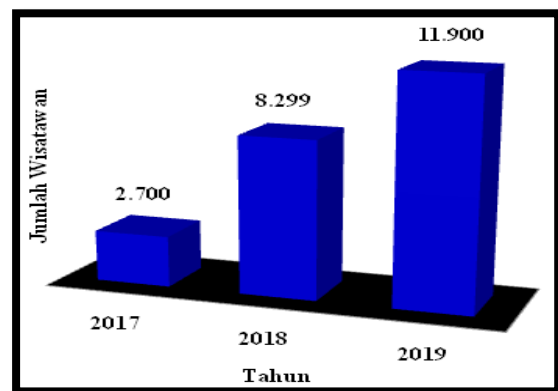
beragam potensi daya tarik wisata, seperti wisata alam, wisata budaya, wisata kuliner, dan wisata religi yang cukup prospektif apabila dikembangkan dan dikelola dengan sebaik mungkin. Setiap pemerintah daerah wajib untuk menggali dan mengembangkan daya tarik wisata yang dimiliki agar dapat menjadi salah satu sumber pendapatan potensial dalam rangka mewujudkan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Kabupaten Kupang adalah salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Timur yang mulai memfokuskan perhatian pada pengembangan sektor pariwisata. Terdapat cukup banyak potensi pariwisata di Kabupaten Kupang, berupa keanekaragaman hayati, keindahan bentang alam, pantai yang menawan, peninggalan sejarah, keunikan dan keaslian budaya tradisional yang dapat dimanfaatkan secara optimal untuk kesejahteraan masyarakat. Saat ini terdapat 7 daya tarik wisata yang secara resmi telah dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kupang dan menjadi prioritas untuk dikembangkan, salah satunya adalah Gunung Fatuleu.

Gunung Fatuleu atau yang dalam bahasa Dawan disebut dengan "Atoin Meto" yang berarti Gunung Keramat, ya begitulah nama yang disematkan oleh masyarakat sekitar untuk gunung ini. Gunung yang berdiri kokoh dengan keindahan pemandangannya yang tiada tara, namun menyimpan segudang cerita misteri, yang seakan mengusik rasa penasaran bagi siapapun yang ingin mendengar cerita tentang betapa magisnya gunung ini. Daya tarik wisata Gunung Fatuleu terletak di Desa Nunsauen, Kecamatan Fatuleu Tengah, Kabupaten Kupang, dan berjarak sekitar 70 km dari pusat Kota Kupang dan mudah dijangkau dengan menggunakan kendaraan roda empat maupun roda dua. Gunung Fatuleu memiliki ketinggian 1.111 meter di atas permukaan laut dan tersusun dari bongkahan batu cadas berwarna hitam. Gunung ini memiliki kemiringan yang sangat curam bahkan nyaris vertikal sekitar 60 - 90 derajat dan membuat para pengunjung harus mempersiapkan ekstra keberanian dan kekuatan fisik yang prima untuk dapat menaklukkan gunung ini.

Pemerintah Kabupaten Kupang telah secara serius berupaya untuk mengembangkan daya tarik wisata Gunung Fatuleu agar menjadi daya tarik wisata yang semakin terkenal dan ramai dikunjungi oleh wisatawan. Kegiatan pengembangan yang telah dilakukan meliputi perbaikan atraksi wisata, perbaikan aksesibilitas, penambahan

fasilitas-fasilitas pendukung, perbaikan kualitas SDM pengelola daya tarik wisata Gunung Fatuleu dan promosi yang gencar dilakukan untuk memperkenalkan daya tarik wisata ini. Semuanya ini dilakukan pemerintah Kabupaten Kupang untuk mengenalkan Gunung Fatuleu kepada wisatawan, dengan harapan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Gunung Fatuleu tahun 2017 sampai tahun 2019.



Sumber: Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Kupang (2020)

Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan di Gunung Fatuleu

Berdasarkan data pada gambar 1 di atas, dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan wisatawan yang berwisata ke Gunung Fatuleu terus mengalami peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya dari tahun 2017 sampai tahun 2019, dan diharapkan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan ini akan terus meningkat ke depannya.

Pengembangan suatu daya tarik wisata sangat terkait dengan motivasi dan persepsi wisatawan sebagai konsumen utama dalam kegiatan pariwisata. Tujuan utama dari pengelolaan suatu daya tarik wisata adalah memberikan kepuasan (*satisfaction*) kepada wisatawan sebagai pengguna wisata (*user tourism*). Setiap wisatawan pada dasarnya memiliki motivasi wisata yang beragam dan persepsi atau penilaian yang berbeda tentang daya tarik wisata yang disukai yang secara potensial perlu dikembangkan ke depan (Aryunda, 2011). Dengan mengetahui apa saja motivasi wisatawan serta pendapat atau persepsi wisatawan tentang daya tarik wisata Gunung Fatuleu menjadi sangat penting untuk menjadi masukan dan bahan kajian bagi Pemerintah Kabupaten Kupang sebagai dasar perencanaan dan perumusan strategi dalam

pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata Gunung Fatuleu agar dapat memberikan kepuasan bagi wisatawan sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata ini. Hasil pengukuran motivasi dan persepsi wisatawan ini juga dapat menjadi suatu acuan bagi pengembangan potensi daya tarik wisata yang belum dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Kupang karena mengingat terdapat cukup banyak potensi pariwisata di kabupaten ini yang sayang kalau tidak digarap secara maksimal.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) apa saja motivasi yang mendorong wisatawan untuk berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu? dan (2) bagaimanakah persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu?. Tujuan diadakannya penelitian ini adalah: (1) untuk mengetahui motivasi wisatawan yang berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu, dan (2) untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 3, pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Sektor pariwisata saat ini memainkan peranan yang krusial sebagai mesin penggerak dalam mendukung pembangunan dan peningkatan perekonomian suatu daerah atau negara apabila dikelola dan dikembangkan dengan baik. Pariwisata merupakan suatu aset yang sangat strategis untuk meningkatkan dan memajukan pembangunan pada wilayah-wilayah tertentu yang mempunyai potensi objek wisata yang menarik dan siap untuk dikembangkan (Aryunda, 2011).

Salah satu komponen penting dalam pariwisata adalah keberadaan daya tarik wisata. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 5, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Setiap pemerintah daerah wajib untuk menggali dan mengembangkan daya tarik wisata yang dimiliki agar dapat menjadi salah satu sumber pendapatan potensial dalam rangka

mewujudkan peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daya tarik wisata akan melakukan kegiatan konsumsi dan menghabiskan sejumlah besar uang mulai dari pengeluaran transportasi hingga untuk membeli produk/jasa di daerah dimana daya tarik wisata tersebut berada, seperti akomodasi, makanan dan minuman, cinderamata, dan kegiatan rekreasi. Kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh wisatawan dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan industri pariwisata dan kegiatan usaha yang dijalankan oleh masyarakat, peningkatan pendapatan masyarakat, penyerapan tenaga kerja dan pengurangan angka pengangguran, serta pendapatan bagi pemerintah dari sektor pajak. Dengan dikembangkannya sektor pariwisata maka akan dapat menjadi katalisator penggerak perekonomian, sehingga akan sangat disayangkan jika pemerintah daerah mengabaikan potensi ini.

Dalam pengembangan daya tarik wisata hendaknya disesuaikan dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh wisatawan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 2, wisatawan merupakan orang yang melakukan wisata, sedangkan pengertian wisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata Pasal 1 Ayat 1, adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pemenuhan kebutuhan dan keinginan wisatawan yang melakukan kegiatan wisata mutlak diberikan agar para wisatawan merasa puas akan pengalaman yang mereka rasakan dan nikmati selama mengunjungi suatu daya tarik wisata dan membuat wisatawan dapat lebih lama bertahan ditempat tersebut dan juga ingin berkunjung kembali ke daya tarik wisata tersebut (Murti, 2013).

Seorang wisatawan memiliki motivasi tertentu dalam melakukan kegiatan wisata ini. Motivasi merupakan suatu keinginan yang terdapat pada diri seseorang yang merangsangnya untuk melakukan suatu tindakan tertentu. Semakin tinggi motivasi seseorang, semakin tinggi juga upaya yang dilakukan untuk mencapai apa yang menjadi keinginannya (Sedarmayanti, 2016). Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan wisata umumnya dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut menurut

McIntosh et al (Pitana dan Dirata, 2009) dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar, yakni: (1) *physical or physiological motivation*, yaitu motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis, antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya, (2) *cultural motivation*, yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain, termasuk juga ketertarikan akan berbagai obyek peninggalan budaya, (3) *social or interpersonal motivation*, yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestige*), melakukan ziarah, dan pelarian dari situasi yang membosankan, dan (4) *fantasy motivation*, yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis. Apabila motivasi wisatawan ini dapat terpenuhi ketika melakukan kegiatan wisata, maka wisatawan akan merasa puas dan kemungkinan akan kembali mengunjungi daya tarik wisata yang telah dikunjunginya tersebut.

Selain motivasi, persepsi wisatawan terhadap suatu daya tarik wisata yang dikunjunginya dapat menjadi faktor yang membuat wisatawan merasa puas atau tidak puas terhadap daya tarik wisata beserta komponen pelayanannya yang dinikmati wisatawan selama melakukan kegiatan wisata. Persepsi merupakan salah satu unsur kognisi yang akan menentukan kepuasan berwisata, di mana kepuasan wisatawan atas daya tarik wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diperoleh dalam daerah tujuan wisata tersebut (Nasution dkk, 2005). Persepsi wisatawan adalah kesan yang diwujudkan dalam bentuk interpretasi dan sikap terhadap daya tarik pariwisata, fasilitas pariwisata, fasilitas umum, informasi pariwisata serta pelayanan yang diberikan kepada pengunjung selama berada di daya tarik wisata tersebut (Suryadana dan Octavia, 2015).

Menurut Cooper et al (Suryadana dan Octavia, 2015), dalam melakukan kegiatan wisata, seorang wisatawan biasanya akan memberikan persepsi terhadap komponen "4A" yang terdapat pada suatu daya tarik wisata, yang meliputi: (1) *atracton*, yang merupakan objek atau daya tarik wisata yang berada pada suatu tempat atau suatu daerah, (2) *amenities*, yang merupakan fasilitas-fasilitas yang menunjang kegiatan pariwisata di daerah tujuan wisata, (3) *accessibility*, yang

merupakan kemudahan untuk bergerak bagi wisatawan, mulai dari kemudahan menuju daya tarik wisata hingga kemudahan mencari daya tarik wisata tersebut, dan (4) *ancillary service*, yang merupakan pelayanan yang menunjang kegiatan pariwisata, seperti adanya kelompok sadar wisata atau lembaga swasta untuk mengelola pengembangan wisata di suatu daerah tujuan wisata, adanya *tourist information center* yang memberikan informasi kepada wisatawan baik berupa brosur, buku, peta serta adanya pemandu wisata yang kompeten di bidangnya dan menguasai informasi daya tarik wisata dimana dia bekerja. Baik atau buruknya komponen 4A ini akan sangat berpengaruh bagi wisatawan untuk kembali melakukan kunjungan wisata pada daya tarik wisata yang telah dikunjunginya ataukah tidak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada Daya tarik wisata Gunung Fatuleu, Desa Nunsauen, Kecamatan Fatuleu Tengah, Kabupaten Kupang. Indikator Motivasi wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan indikator motivasi wisatawan Menurut McIntosh dan Murphy (Pitana dan Dirata, 2009: 16) yang terdiri dari (1) *Physical or Physiological Motivation*, (2) *Cultural Motivation*, (3) *Social or Interpersonal Motivation*, dan (4) *Fantasy Motivation*. Indikator persepsi yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator persepsi wisatawan Menurut Cooper et al (Suryadana dan Octavia, 2015: 21), yang diukur dari konsep 4A yakni (1) *Atraction*, (2) *Amenities*, (3) *Accessibility* dan (4) *Ancillary Service*.

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif, yaitu penelitian yang memilih sampel dari populasi tertentu dengan memanfaatkan kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data yang pokok untuk meneliti fenomena pada perilaku individu atau pada suatu kelompok (Kasiram, 2008). Untuk mendukung penelitian ini maka dikumpulkan data primer dan data sekunder, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dokumentasi dan studi kepustakaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebanyak 636 wisatawan

dengan asumsi penulis membuat rata-rata jumlah kunjungan wisatawan per bulan dari tahun 2017 sampai tahun 2019. Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* yaitu teknik penentuan sampel secara kebetulan atau insidental. Dalam menentukan jumlah sampel penelitian, penulis menggunakan rumus Slovin dengan toleransi eror sebesar 5%, dan mendapat jumlah wisatawan yang menjadi sampel sebanyak 245 responden.

Untuk menganalisis motivasi dan persepsi wisatawan, digunakan skala Likert dengan pemberian skor 1-5 dengan gradasi dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Penyajian data dilakukan setelah data penelitian selesai dianalisis. Penyajian data dalam penelitian ini adalah penyajian data dalam bentuk tabel. Tabel yang disajikan dalam penelitian ini adalah tabel yang berisi data yang telah diolah dalam bentuk persentase mengenai sikap wisatawan pada setiap indikator motivasi dan persepsi wisatawan, yang selanjutnya akan dijabarkan secara deskriptif oleh peneliti untuk menjelaskan data dalam tabel yang disajikan. Untuk menafsirkan persentase jawaban responden dan nilai indikator yang diperoleh penulis menggunakan rumus capaian indikator menurut Riduwan (2006: 88), sebagai berikut:

$$CI = \frac{\sum JR}{SI} \times 100\%$$

Dimana:

CI = Capaian Indikator

JR = Jumlah Jawaban Responden

SI = Skor Ideal (skor tertinggi dikalikan jumlah responden)

Adapun kriteria pengukurannya, adalah sebagai berikut:

0%-20% = sangat tidak setuju/sangat tidak baik/sangat rendah

21%-40% = tidak setuju/tidak baik/rendah

41%-60% = cukup setuju/cukup baik/cukup tinggi

61%-80% = setuju/baik/tinggi

81%-100% = sangat setuju/sangat baik/sangat tinggi.

PEMBAHASAN

Terdapat 4 indikator motivasi wisatawan dengan 16 item pernyataan motivasi wisatawan dalam berkunjung daya tarik wisata Gunung Fatuleu, yang kemudian didapatkan nilai capaian indikatornya, sebagai berikut.

Tabel I. Capaian Indikator *Physical or Physiological Motivation*

<i>Physical or Physiological Motivation</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	82,75
1. Mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat membuat saya merasa rileks dari kejenuhan rutinitas sehari-hari.	84,08
2. Daya tarik wisata Gunung Fatuleu adalah tempat yang ingin saya kunjungi untuk mendapatkan ketenangan dan kenyamanan pada diri saya.	81,22
3. Dengan berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat menunjang aktivitas olahraga untuk mendukung kesehatan saya.	78,12
4. Saya merasa senang dan bahagia ketika berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	87,59

Pada indikator motivasi yang pertama, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 3 item pernyataan, yakni: (1) mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat membuat saya merasa rileks dari kejenuhan rutinitas sehari-hari sebesar 84,04%, (2) daya tarik wisata Gunung Fatuleu adalah tempat yang ingin saya kunjungi untuk mendapatkan ketenangan dan kenyamanan pada diri saya sebesar 81,22%, dan (3) saya merasa senang dan bahagia ketika berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 87,59%. Untuk item pernyataan saya merasa senang dan bahagia ketika berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang tinggi yakni sebesar 78,12%. Total capaian indikator *Physical or Physiological Motivation* sebesar 82,75%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki *physical or physiological motivation* yang sangat tinggi untuk kegiatan rekreasi dan relaksasi, mencari kenyamanan, bersantai dan aktivitas lainnya dalam mendukung kesehatannya dalam berwisata di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Tabel II. Capaian Indikator *Cultural Motivation*

<i>Cultural Motivation</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	59,34
1. Saya tertarik untuk mengetahui kebiasaan masyarakat di sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	59,83
2. Mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu menarik minat saya untuk melihat cara hidup masyarakat sekitar.	59,42
3. Saya ingin melihat kesenian masyarakat sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	59,18
4. Saya ingin mengetahui tradisi masyarakat sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	58,93

Pada indikator motivasi yang kedua, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang cukup rendah terhadap 4 item pernyataan, yakni: (1) saya tertarik untuk mengetahui kebiasaan masyarakat di sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 59,83%, (2) mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu menarik minat saya untuk melihat cara hidup masyarakat sekitar sebesar 59,42%, (3) Saya ingin melihat kesenian masyarakat sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 59,18%, dan (4) Saya ingin mengetahui tradisi masyarakat sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 58,93%. Total capaian indikator *Cultural Motivation* sebesar 59,34%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki *Cultural Motivation* yang cukup rendah untuk melihat, mengetahui dan mempelajari kebiasaan, cara hidup, tradisi dan kesenian masyarakat di sekitar daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Tabel III. Capaian Indikator *Social or Interpersonal Motivation*

<i>Social or Interpersonal Motivation</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	81,34
1. Saya berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu untuk menghabiskan waktu	86,85

dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman.	
2. Dengan berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat mempererat hubungan saya dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman saya.	87,75
3. Dengan berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu membuat saya bisa bertemu dan berinteraksi sosial dengan banyak orang.	82,44
4. Dengan mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat meningkatkan gengsi dan reputasi diantara teman saya.	68,32

Pada indikator motivasi yang ketiga, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 3 item pernyataan, yakni: (1) saya berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu untuk menghabiskan waktu dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman sebesar 86,85%, (2) dengan berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat mempererat hubungan saya dengan pasangan, keluarga, kerabat atau teman saya sebesar 87,75%, dan (3) dengan berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu membuat saya bisa bertemu dan berinteraksi sosial dengan banyak orang sebesar 82,44%. Untuk item pernyataan dengan mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat meningkatkan gengsi dan reputasi diantara teman saya, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang tinggi yakni sebesar 68,32%. Total capaian indikator *Social or Interpersonal Motivation* sebesar 81,34%. Dengan demikian, berarti wisatawan merasa bahwa dengan berwisata pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu sudah dapat memenuhi kebutuhan sosial wisatawan bersama pasangan, keluarga, kerabat dan teman serta dapat mempererat hubungan diantara mereka.

Tabel IV. Capaian Indikator Fantasy Motivation

<i>Fantasy Motivation</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	83,05
1. Saya mendapatkan kepuasan tersendiri ketika mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	84,08
2. Dengan mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu, saya ingin menikmati panorama alam yang indah dan berbeda dari daya tarik wisata lainnya.	87,59
3. Saya mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu untuk berfoto ria di tempat/spot foto yang eksotis atau menawan dan mengunggahnya di akun media sosial saya.	82,44
4. Mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu membuat saya merasa menjadi orang yang bebas dari segala beban pikiran.	78,12

Pada indikator yang keempat, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 3 item pernyataan, yakni: (1) saya mendapatkan kepuasan tersendiri ketika mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 84,08%, (2) dengan mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu, saya ingin menikmati panorama alam yang indah dan berbeda dari daya tarik wisata lainnya sebesar 87,59%, dan (3) saya mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu untuk berfoto ria di tempat/spot foto yang eksotis atau menawan dan mengunggahnya di akun media sosial saya sebesar 82,44%. Untuk item pernyataan mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu membuat saya merasa menjadi orang yang bebas dari segala beban pikiran, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang tinggi yakni sebesar 78,12%. Total capaian indikator *Fantasy Motivation* sebesar 83,05%. Dengan demikian, berarti wisatawan merasa bahwa dengan berwisata di

Gunung Fatuleu sudah dapat memenuhi *fantasy motivation* wisatawan untuk mencari pengalaman dan kepuasan pribadi, membebaskan segala beban pikiran dengan bersantai dan berfoto ria serta untuk menikmati panorama alam yang indah dan berbeda dari daya tarik wisata lainnya yang ada di Kabupaten Kupang.

Terdapat 4 indikator persepsi wisatawan dengan 20 item pernyataan terkait persepsi wisatawan terhadap daya tarik wisata Gunung Fatuleu, yang kemudian didapatkan nilai capaian indikatornya, sebagai berikut.

Tabel V. Capaian Indikator Persepsi Wisatawan Terhadap Attraction

<i>Attraction</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	85,96
1. Daya tarik wisata Gunung Fatuleu memiliki panorama alam yang indah.	88
2. Suasana di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sejuk, asri dan menyenangkan.	87,48
3. Daya tarik wisata Gunung Fatuleu bersih, nyaman dan bebas dari sampah.	84,08
4. Daya tarik wisata Gunung Fatuleu memiliki lokasi/spot yang menarik untuk berfoto.	82,44
5. Situasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu aman dan bebas dari tindakan kriminalitas.	87,83

Pada indikator persepsi yang pertama, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 5 item pernyataan, yakni: (1) daya tarik wisata Gunung Fatuleu memiliki panorama alam yang indah sebesar 88%, (2) suasana di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sejuk, asri dan menyenangkan sebesar 87,48%, (3) daya tarik wisata Gunung Fatuleu bersih, nyaman dan bebas dari sampah sebesar 84,08%, dan (4) daya tarik wisata Gunung Fatuleu memiliki lokasi/spot yang menarik untuk berfoto sebesar 82,44%, dan (5) situasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu aman dan bebas dari tindakan kriminalitas sebesar 87,83%. Total capaian

indikator *Attraction* sebesar 85,96%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki persepsi yang sangat baik terhadap *Attraction* yang ada di Gunung Fatuleu dan wisatawan merasa bahwa pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu sudah memiliki panorama alam yang indah, suasana yang sejuk, asri, menyenangkan, bersih, bebas dari sampah, terdapat spot/lokasi yang menarik untuk berfoto, dan juga pada daya tarik wisata ini aman dari tindakan kriminalitas.

Tabel VI. Capaian Indikator Persepsi Wisatawan Terhadap *Amenities*

<i>Amenities</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	83,89
1. Tersedia fasilitas kamar ganti/kamar mandi (toilet) yang memadai dan bersih di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	86,85
2. Tersedia area parkir yang memadai dan aman di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	88,32
3. Tersedia fasilitas tempat sampah yang memadai di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	82,44
4. Tersedia fasilitas gazebo atau lopo yang memadai dan bersih untuk beristirahat di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	88
5. Tersedia tempat berjualan makanan dan minuman yang memadai dan bersih di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	73,87

Pada indikator persepsi yang kedua, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 4 item pernyataan, yakni: (1) tersedia fasilitas kamar ganti/kamar mandi (toilet) yang memadai dan bersih di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 86,85%, (2) tersedia area parkir yang memadai dan aman di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 88,32%, (3) tersedia fasilitas tempat sampah yang memadai di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar

82,44%, dan (4) tersedia fasilitas gazebo atau lopo yang memadai dan bersih untuk beristirahat di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 88%. Untuk item pernyataan Tersedia tempat berjualan makanan dan minuman yang memadai dan bersih di daya tarik wisata Gunung Fatuleu rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang tinggi yakni sebesar 73,87%. Total capaian indikator *Amenities* sebesar 83,89%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki persepsi yang sangat baik terhadap *Amenities* yang ada di Gunung Fatuleu dan wisatawan merasa bahwa pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu sudah memiliki *amenities* yang memadai dalam mendukung kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

Tabel VII. Capaian Indikator Persepsi Wisatawan Terhadap *Accessibility*

<i>Accessibility</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	74,72
1. Kualitas jalan menuju daya tarik wisata Gunung Fatuleu sudah layak dan terawat dengan baik.	88,24
2. Lokasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu mudah untuk dijangkau dan dikunjungi.	88,65
3. Terdapat moda transportasi umum yang memadai untuk berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	59,18
4. Terdapat papan penunjuk arah yang membantu wisatawan menuju ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	49,95
5. Informasi lokasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat diakses dan diketahui dengan menggunakan media internet (google maps, dll).	87,59

Pada indikator persepsi yang ketiga, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 3 item pernyataan, yakni: (1) kualitas jalan menuju daya tarik wisata Gunung Fatuleu

sudah layak dan terawat dengan baik sebesar 88,24%, (2) lokasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu mudah untuk dijangkau dan dikunjungi sebesar 88,65%, dan (3) informasi lokasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu dapat diakses dan diketahui dengan menggunakan media internet (google maps, dll) sebesar 87,59%. Rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang cukup rendah terhadap 2 item pernyataan, yakni: (1) terdapat moda transportasi umum yang memadai untuk berkunjung ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 59,18%, dan (2) terdapat papan penunjuk arah yang membantu wisatawan menuju ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 49,95%. Total capaian indikator *Accessibility* sebesar 74,72%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki persepsi yang baik terhadap *Accessibility* ke Gunung Fatuleu dan wisatawan merasa bahwa akses menuju ke daya tarik wisata Gunung Fatuleu sudah memadai.

Tabel VIII. Capaian Indikator Persepsi Wisatawan Terhadap *Ancillary Service*

<i>Ancillary Service</i>	Gunung Fatuleu (%)
Total Capaian Indikator	80,97
1. Petugas pengelola/penjaga daya tarik wisata Gunung Fatuleu selalu ramah melayani setiap wisatawan yang datang berkunjung.	86,93
2. Petugas pengelola/penjaga daya tarik wisata Gunung Fatuleu menyediakan informasi yang lengkap mengenai daya tarik wisata yang dikelolanya.	86,61
3. Terdapat petugas penjaga/pengelola yang memastikan keamanan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.	84,89
4. Tersedianya media promosi dan informasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu melalui media sosial (facebook, instagram, youtube, dll).	78,12
5. Tersedianya media promosi dan informasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu melalui media cetak (majalah, koran, brosur, dll).	68,32

Pada indikator persepsi yang (Suryadana dan Octavia, 2015) yang terdapat

keempat, rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang sangat tinggi terhadap 3 item pernyataan, yakni: (1) petugas pengelola/penjaga daya tarik wisata Gunung Fatuleu selalu ramah melayani setiap wisatawan yang datang berkunjung sebesar 86,93%, (2) petugas pengelola/penjaga daya tarik wisata Gunung Fatuleu menyediakan informasi yang lengkap mengenai daya tarik wisata yang dikelolanya sebesar 88,61%, dan (3) terdapat petugas penjaga/pengelola yang memastikan keamanan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Gunung Fatuleu sebesar 84,89%. Rata-rata wisatawan memberikan penilaian yang tinggi terhadap 2 item pernyataan, yakni: (1) tersedianya media promosi dan informasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu melalui media sosial (facebook, instagram, youtube, dll) sebesar 78,12%, dan (2) tersedianya media promosi dan informasi daya tarik wisata Gunung Fatuleu melalui media cetak (majalah, koran, brosur, dll) sebesar 68,32%. Total capaian indikator *Ancillary Service* sebesar 80,97%. Dengan demikian, berarti wisatawan memiliki persepsi yang baik terhadap *Ancillary Service* pada Gunung Fatuleu dan wisatawan merasa bahwa petugas pengelola/penjaga daya tarik wisata Gunung Fatuleu selalu ramah melayani setiap wisatawan yang datang berkunjung, mampu menyediakan informasi yang lengkap mengenai daya tarik wisata yang dikelolanya dan dapat memastikan keamanan wisatawan yang berkunjung di daya tarik wisata Gunung Fatuleu, serta sudah terdapat promosi yang memadai baik melalui media cetak maupun media internet terkait daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Hasil penelitian yang telah dilakukan sejalan dengan teori McIntosh et al (Pitana dan Dirata, 2009) bahwa *physical or physiological motivation, social or interpersonal motivation, dan fantasy motivation* merupakan komponen atau elemen yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap *attractions, amenities, accessibility, dan ancillary service* menurut Cooper et al

pada suatu daya tarik wisata merupakan

elemen penting yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata dan 4 komponen ini terbukti dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Hasil dari penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian Keliwar dan Nurcahyo (2015) yang menyatakan bahwa *physical or physiological motivation, cultural motivation, social or interpersonal motivation*, dan *fantasy motivation* serta persepsi wisatawan terhadap *attractions, amenities, accessibility*, dan *ancillary service* mejadi faktor penunjang dalam mendorong minat kunjungan wisatawan di Desa Budaya Pampang di Samarinda. Hasil penelitian yang dilaksanakan juga sejalan dengan hasil penelitian Anggela dkk, (2017) yang menyatakan bahwa motivasi dan persepsi wisatawan yang meliputi *attractions, amenities, accessibility*, dan *ancillary service* menjadi 2 hal yang sangat berperan penting dalam mendorong minat kunjungan wisatawan di daya tarik wisata jembong Kabupaten Buleleng.

PENUTUP

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa rata-rata wisatawan memiliki *physical or physiological motivation, social or interpersonal motivation* serta *fantasy motivation* yang sangat tinggi namun memiliki *cultural motivation* yang rendah untuk berwisata pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Rata-rata wisatawan juga memberikan persepsi yang sangat baik terhadap komponen 4A yang meliputi *atrraction, amenities, accessibility* dan *ancillary service* yang terdapat di daya tarik wisata Gunung Fatuleu.

Pemerintah Kabupaten Kupang dalam hal ini melalui Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Kupang harus dapat mempertahankan dan bahkan meningkatkan lagi kualitas *atrraction, amenities, accessibility* dan *ancillary service* yang terdapat di daya tarik wisata Gunung Fatuleu. Selain itu, pengukuran motivasi dan persepsi wisatawan ini juga dapat menjadi masukan dan bahan kajian bagi Pemerintah Kabupaten Kupang sebagai dasar perencanaan dan perumusan strategi dalam pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata sebagai upaya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada daya tarik wisata yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kupang, baik itu pada daya tarik wisata Gunung Fatuleu, maupun enam daya tarik wisata lainnya yang dikelola oleh Pemerintah Kabupaten Kupang.

Hasil pengukuran motivasi dan persepsi wisatawan ini juga dapat menjadi suatu acuan

bagi pengembangan potensi daya tarik wisata yang belum dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Kupang karena mengingat terdapat cukup banyak potensi pariwisata di kabupaten ini yang sayang kalau tidak digarap secara maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggela, M.M., Karin, N.M.O. & Wijaya, N.M.S. (2017). "Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Jembong di Kabupaten Buleleng". Jurnal IPTA. Vol. 5, No. 2, hlm. 76-78.
- Aryunda, H. (2011). "Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu". Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota. Vol. 22, No. 1, hlm. 1-16.
- Kasiram, M. (2008). Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.
- Keliwar S & Nurcahyo A. (2015). "Motivasi dan Persepsi Pengunjung Terhadap Objek Wisata Desa Budaya Rampang di Samarinda". Jurnal Manajemen Resort dan Leisure. Vol. 12, No.2, hlm. 10-27.
- Muljadi, A.J & Warman A. (2012). Pariwisata dan Perjalanan. Jakarta: Raja Grafindo.
- Murti, H.C. (2013). "Persepsi Wisatawan Terhadap Pengembangan Objek Wisata Botang Dolphin Center". Jurnal Bumi Indonesia. Vol. 2, No. 2, hlm. 260-267.
- Nasution, S., Nasution, M.A. & Damanik, J. (2005). "Persepsi Wisatawan Mancanegara Terhadap Kualitas Objek dan Daya Tarik Wisata (ODTW) Sumatera Utara". Jurnal Studi Pembangunan. Vol. 1, No. 1, hlm. 81-96.
- Pitana, I. G. & Dirata, S. (2009). Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: ANDI.
- Riduwan. (2015). Dasar-Dasar Statistika. Bandung: ALFABETA.
- Sedarmayanti. (2016). Manajemen Strategi. Bandung: Refika Aditama.
- Suryadana, L.A & Octavia, V. (2015). Pengantar Pemasaran Pariwisata. Bandung: Alfabeta.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan Pasal 1 Ayat 3.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan Pasal 1 Ayat 5.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan Pasal 1 Ayat 2.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang
Kepariwisata Pasal 1 Ayat 1.

Yoeti, O A. (2008). Ekonomi Pariwisata. Jakarta:
Kompas.