

## POLARISASI PERILAKU WISATAWAN BERWAWASAN LINGKUNGAN PADA DESA WISATA DI D.I. YOGYAKARTA

*(Polarization of Pro-Environmental Tourist Behavior in Tourism Villages, Yogyakarta)*

RETNO DARUMURTI<sup>1)</sup>, RICKY AVENZORA<sup>2)</sup>, TUTUT SUNARMINTO<sup>3)</sup>, DAN BENNY MUTIARA<sup>4)</sup>

<sup>1)</sup> Kementerian Pariwisata, Jalan Kimia No. 12-20 Menteng - Jakarta Pusat 10320

<sup>2,3)</sup> Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata, Jl. Lingkar Akademik Kampus IPB Dramaga Bogor 16680

<sup>4)</sup> Dosen Universitas Gunadarma, Jl. Margonda Raya No.100, Depok

Email : retnode@gmail.com

Diterima 14 Mei 2019 / Disetujui 31 Agustus 2019

### ABSTRACT

*This study aimed to analyze polarization of Pro-Environmental tourist behavior in Yogyakarta tourism village by construct behavioral process of 3 stages, pre-activity, during- activity, and post-activity. The pre-activity set from pre-perception, motivation, and preference toward village as destination choice. On-going activity observed tourist behavior along village activities, and post-activity investigate post-perception, satisfaction, and willingness to return visiting the village. The instrument of this research was closed ended questionnaire, which was analyzed by One Score – One Indicator. The questionnaire contains of 7 resources of ecotourism, consist of material culture, immaterial culture, nature, community activities, villagers, village atmosphere, and community economy. Data analysis using the correlation and regression statistical method. The result showed correlations among variables and its influence to destination choice. The patern of tourist behavior polarized in patern of pro-environmentally behavior. Therefore, it is necessary to build tourist perception of tourism village, develop resources and manage tourist behavior for developing rural tourism as ecotourism destination.*

*Keywords: polarization, pro – environment, tourist behavior, tourism village*

### ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis polarisasi perilaku wisatawan pada desa wisata di Yogyakarta dengan mengacu pada proses perilaku tiga tahap berwisata yaitu sebelum aktivitas berwisata (pre-activity), selama beraktivitas (during-activity), dan setelah beraktivitas (post-activity). Kegiatan sebelum berwisata terdiri dari aspek persepsi awal, motivasi, dan preferensi terhadap desa wisata sebagai pilihan tujuan. Aktivitas selama berwisata dikaji dengan mengamati perilaku wisatawan selama berwisata, adapun kegiatan setelah berwisata dikaji dengan menyelidiki persepsi akhir, kepuasan, dan keinginan untuk kembali mengunjungi desa wisata. Instrumen penelitian ini adalah kuesioner tertutup dengan metode One Score - One Indicator Scoring system. Kuesioner berisi 7 kriteria pariwisata pedesaan seperti budaya material, budaya immaterial, kondisi alam pedesaan, kegiatan masyarakat pedesaan, karakteristik warga desa, atmosfir suasana desa, dan ekonomi masyarakat. Analisis data menggunakan metode statistik korelasi dan regresi. Hasil penelitian menunjukkan korelasi antara variabel dan pengaruhnya terhadap pilihan tujuan. Pola perilaku wisatawan sudah terpolarisasi dalam pola perilaku wisata berwawasan lingkungan. Selanjutnya perlu adanya upaya untuk membangun persepsi wisatawan tentang desa wisata, mengembangkan sumber daya dan mengelola perilaku wisatawan untuk mengembangkan pariwisata pedesaan sebagai tujuan ekowisata.*

*Kata kunci: polarisasi, berwawasan lingkungan, perilaku wisatawan, desa wisata*

### PENDAHULUAN

Sektor pariwisata saat ini telah berhasil menghidupkan denyut nadi perekonomian dunia dan memiliki dampak yang sangat besar dalam pertumbuhan ekonomi. Bisnis perjalanan dan wisata berdiri tegak sebagai suatu sektor, dan memiliki kontribusi 9,8 % GDP dunia pada tahun 2014. Lebih dari 276 juta orang bekerja pada sektor ini, setara dengan 1 dari tiap 11 pekerjaan dunia (WTTC 2016). UNWTO (2012) dalam *Tourism in the Green Economy Report*, mengemukakan adanya peningkatan pengaruh isu pariwisata keberlanjutan pada pilihan wisatawan. Hasil survei *Blue & Green Tomorrow's Sustainable Tourism 2014*, menemukan

bahwa 43% responden mengatakan bahwa mereka akan mempertimbangkan etika dan dampak lingkungan dalam liburannya pada tahun 2014.

Selanjutnya dikemukakan pula dalam Wire (2012), bahwa 66% konsumen di seluruh dunia mengatakan bahwa mereka memilih untuk membeli produk dan jasa dari perusahaan yang telah mengimplementasikan program *to give back to society*. Dalam hal ini, 46% responden bersedia membayar ekstra untuk *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Meningkatnya jumlah wisatawan yang siap membayar harga khusus untuk berlibur ke destinasi ekowisata diharapkan dapat segera disambut oleh para pelaku industri pariwisata untuk berpikir, merencanakan, dan mengucurkan modal

usahanya untuk dikelola dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Survei yang dilakukan oleh Travel Advisor pada tahun 2013 terhadap 1.300 wisatawan Amerika Serikat menunjukkan bahwa hampir 2/3 responden menyatakan “sering” atau “selalu” mempertimbangkan aspek lingkungan ketika memilih hotel, transportasi, dan makanan (Wire 2012), dengan demikian wisatawan telah menunjukkan dukungannya terhadap ekowisata.

UNWTO (2004) mengemukakan bahwa ekowisata adalah mikrokosmos dari semua isu pariwisata berkelanjutan, namun fokus pada ekosistem spesifik dan budaya tradisional. Selanjutnya Avenzora (2013) mengemukakan bahwa pengembangan ekowisata sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan dapat dilaksanakan secara optimal apabila ditegakkan dengan tujuh pilar ekowisata, yaitu: 1) Pilar ekologi, yang mempelajari interaksi makhluk hidup dengan lingkungannya, 2) Pilar sosial-budaya, terkait dengan kondisi sosial dan budaya yang dimiliki masyarakat, 3) Pilar ekonomi, merupakan upaya pengembangan kesejahteraan masyarakat, 4) Pilar pengalaman, yang berhubungan dengan aktivitas wisatawan, 5) Kepuasan, terkait dengan terpenuhinya keinginan wisatawan, 6) Pilar kenangan, merupakan proses konstruktif dalam ingatan wisatawan, dan 7) Pilar pendidikan, yang dikenakan baik kepada penduduk setempat maupun wisatawan, dengan berbagai kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, masyarakat, dan pengembangan serta pelestarian wilayahnya.

Kecenderungan perilaku wisatawan perlu dianalisis untuk dapat mengelola dengan baik kunjungan wisatawan ke destinasi dengan menekankan pada aspek sustainability yang terdapat dalam tujuh pilar ekowisata yang dikemukakan oleh Avenzora (2013). Perilaku wisatawan akan menentukan keberhasilan setiap pilar pada 7 pilar ekowisata. Aspek perilaku wisatawan dapat berperan penting dalam penyusunan kebijakan publik, baik yang bersifat *hard regulation* (peraturan hukum), *soft regulation* (himbauan), maupun pembentukan perilaku publik. Pendekatan perilaku juga dapat digunakan dalam konteks perencanaan, sehingga dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pengembangan ekowisata desa.

Terkait dengan motivasi berkunjung ke desa wisata, Swarbrooke dan Horner (2007) mengemukakan bahwa pengambilan keputusan berwisata dipengaruhi faktor pendorong motivasi yang diperoleh dari pengaruh sosial-ekonomi, dan persepsi yang terbentuk oleh lingkungan, kepribadian atau sikap yang dipengaruhi oleh kelompok referensi, dan pembelajaran dalam lingkungan keluarga. Dari pernyataan tersebut, studi perilaku wisatawan dapat mendukung motivasi untuk berwisata ke desa wisata, sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009) yang mengemukakan bahwa proses psikologis digabungkan dengan karakteristik wisatawan, akan menghasilkan proses pengambilan keputusan untuk membeli produk wisata. Dalam memilih kegiatan wisata, individu juga memiliki keinginan untuk pemenuhan kebutuhan diri,

berupa aktivitas yang dapat berinteraksi dengan penduduk setempat, membantu orang lain, menaikkan harga diri dan bisa melakukan aktualisasi diri (Kraus 1977).

Destinasi desa wisata yang telah dikembangkan dan dijadikan percontohan oleh Kementerian Pariwisata saat ini adalah desa wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), dengan unggulan Desa Wisata Pentingsari (Kabupaten Sleman) dan Desa Wisata Nglanggeran (Kabupaten Gunung Kidul). Desa Wisata Nglanggeran memiliki daya tarik berupa danau buatan di atas bukit untuk mengairi kebun buah, sekaligus menjadi tempat yang indah untuk berfoto, menikmati matahari terbenam, dan mengunjungi gunung purba yang juga menjadi daya tarik wisata, sedangkan Desa Wisata Pentingsari, menyajikan kehidupan dan suasana pedesaan di lereng Gunung Merapi, dengan kegiatan pertanian, penyusuran sungai dan hamparan sawah, serta berbagai atraksi kesenian yang dipandang dapat mendorong kesejahteraan masyarakat melalui pendekatan pengembangan kepariwisataan berbasis masyarakat atau komunitas (*Community Based Tourism*).

Melihat perkembangan desa wisata saat ini, maka perlu adanya perhatian terhadap beberapa aspek psikologis yang mengiringi kebutuhan untuk berwisata dan pemilihan destinasinya, antara lain persepsi, motivasi dan preferensi wisatawan. Selanjutnya, aspek-aspek tersebut dielaborasi dengan 7 pilar pengembangan ekowisata, dan dipetakan menjadi pola potensi dinamika perilaku wisatawan. Melalui pemahaman terhadap proses pembentukan perilaku wisatawan tersebut, diharapkan dapat memetakan pola perilaku wisatawan dan digunakan sebagai referensi pengembangan desa wisata, karena perilaku wisatawan dapat digiring untuk mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan, melalui kegiatan yang disusun oleh masyarakat desa.

Melalui penelitian ini, pola perilaku wisatawan dapat dipahami secara lebih cermat dan mendalam, sehingga kegiatan yang disusun oleh masyarakat desa dapat membentuk persepsi positif terhadap desa wisata, mendorong motivasi untuk berwisata ke desa, dan memilih kegiatan yang sesuai dengan keinginannya. Diharapkan kegiatan yang dilakukan dapat membentuk persepsi akhir yang lebih positif, memberikan kepuasan, dan mendorong keinginan wisatawan untuk berkunjung ke desa wisata kembali.

## METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di tujuh desa wisata di DIY. Desa wisata tersebut adalah Pentingsari, Pulesari, Nglingso, Brayut, Kelor, Nglanggeran, dan Tembi. Desa ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena telah berkembang dengan cukup baik, termasuk dua desa yang telah terlebih dahulu unggul dalam angka kunjungan wisatawan. Kegiatan penelitian dilaksanakan pada bulan September-November 2018.

Desa wisata yang digunakan sebagai lokasi penelitian ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yang merupakan teknik sampling non-random, dengan menetapkan sampel dengan kriteria khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian. Peneliti menggunakan berbagai metode untuk mencari semua kemungkinan kasus yang spesifik dan populasinya sulit untuk dijangkau (Neuman 2013). Melalui teknik yang dapat memilih responden dengan karakter khusus ini diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke desa wisata yang memiliki daya tarik wisata dan mengikuti kegiatan di desa wisata. Selanjutnya penentuan sampel wisatawan di desa wisata dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*, bahwa semua wisatawan yang berkunjung ke desa wisata dan mengikuti kegiatan di desa wisata tersebut memiliki kemungkinan yang sama untuk dipilih.

Kuesioner dibagikan kepada wisatawan nusantara yang berkunjung dan melakukan aktivitas di desa wisata sebanyak 400 responden, namun kuesioner yang diterima dan dianggap valid, sejumlah 362 responden. Kepada wisatawan dibagikan kuesioner pada saat sebelum memulai aktivitas di desa wisata (*pre-activity*), diobservasi perilakunya pada saat melakukan aktivitas di desa wisata (*during-activity*) dan diberikan lagi kuesioner setelah mengikuti aktivitas (*post-activity*). Pada tahapan *pre-activity*, kuesioner dibagikan untuk mengungkap data pribadi individu, tujuan berwisata kebutuhan untuk berwisata, serta data lain yang terkait dengan kunjungannya ke destinasi desa wisata. Sikap wisatawan terdiri atas persepsi, motivasi dan preferensi destinasi desa wisata melalui tujuh pilar ekowisata. Data pola sikap wisatawan terhadap destinasi desa wisata diungkap melalui kuesioner yang disusun berdasarkan Skala Likert 1-7, dalam *One Score–One Indicator* (Avenzora 2008), dengan menggunakan 7 skala untuk menentukan pilihan jawaban yang sesuai dengan kondisi responden. Setiap indikator mengandung satu indikator yang mengungkap perilaku wisatawan di destinasi desa wisata.

Tahap berikutnya adalah observasi terhadap *during-activity* pada wisatawan yang telah mengisi kuesioner pada tahapan sebelumnya. Skinner (1904-1990) dalam Orsborne dan Singh (2012) berpendapat bahwa perilaku terbentuk berdasarkan penguatan (*reinforcement*) positif dan negatif (Orsborne dan Singh 2012). Selanjutnya Skinner (1953) juga berpendapat bahwa cara untuk melakukan penelitian psikologi adalah dengan memikirkan perilaku yang dapat diobservasi. Pada tahap ini dilakukan penilaian terhadap destinasi, perilaku wisatawan dan respon wisatawan terhadap kunjungannya ke destinasi. Wisatawan dihadapkan pada kondisi keberadaannya di tengah hadirnya wisatawan lain, dan kemungkinan adanya ketidaksesuaian antara persepsi yang dimiliki sebelumnya dan keadaan yang sebenarnya. Penilaian perilaku *during-activity* dilakukan oleh peneliti dengan mengamati secara langsung perilaku wisatawan dibantu dengan lembar penghitungan frekuensi (*tally-sheet*) sebagai isian dengan menghitung jumlah perilaku yang muncul. Tahap akhir dari kuesioner ini adalah pemberian kuesioner setelah mengikuti aktivitas yang

disajikan oleh desa wisata atau *post-activity*. Pada tahap ini, wisatawan diminta untuk memberikan respon terhadap pilihan aktivitas yang dilakukan selanjutnya. Kuesioner pada tahap ini digunakan untuk mengungkap persepsi akhir, kepuasan, dan keinginan untuk kembali, dengan menggunakan format yang sama dengan kuesioner *pre-activity* yang disusun dalam *One Score–One Indicator* (Avenzora 2008).

Hasil penelitian terhadap perilaku wisatawan kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan inferensia yang terdiri dari analisis korelasi dan regresi berganda. Analisis korelasi dilakukan terhadap sembilan variabel yang berasal dari tiga tahapan kegiatan berwisata yang meliputi tahapan *pre-activity*, *during-activity* dan *post-activity*. Variabel pada tahap *pre-activity* terdiri atas variabel: 1) Persepsi awal, 2) Motivasi, 3) Preferensi. Pada tahap *during-activity*, terbagi atas variabel: 1) Perilaku pada kondisi I, 2) Perilaku pada kondisi II, 3) Perilaku pada kondisi III. Sementara itu, pada tahap *post-activity*, terdiri atas variabel: 1) Persepsi akhir, 2) Kepuasan, 3) Keinginan untuk kembali. Adapun analisis regresi dilakukan untuk menduga faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan selama berkunjung di desa wisata. Selanjutnya ragam pola perilaku wisatawan yang muncul dianalisis secara deskriptif terhadap 512 potensi perilaku yang kemungkinan muncul dari tiga tahapan (*pre-activity*, *during-activity* dan *post-activity*) dan masing-masing memiliki tiga variabel. Peluang munculnya 512 pola perilaku yang telah ditetapkan. Polarisasi perilaku pengunjung desa wisata selanjutnya disajikan secara deskriptif dalam bentuk distribusi frekuensi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Karakteristik Responden

Responden pada penelitian dapat dikategorikan sesuai dengan karakteristik yang nampak pada Tabel 1. Dari jumlah total responden 362 orang, dapat disampaikan bahwa bahwa responden yang jenis kelamin perempuan berjumlah 202 (55,8%) responden dan laki-laki berjumlah 160 (44,2%) responden. Secara umum tingkat pendidikan terakhir responden mayoritas adalah sarjana S1/2 159 (43,9%), kemudian SMA 131 (36,2%), dan SD / SMP sebanyak 20 (13,8%) responden. Dari data tingkat pendidikan tersebut dapat disampaikan bahwa mayoritas pengunjung adalah dari kalangan terpelajar. Sungguh pun demikian dari aspek pendapatan ternyata sebagian besar pengunjung memiliki pendapatan kurang dari Rp. 2.500.000,00 perbulan yaitu sebanyak 254 (70,2%) responden, kemudian pendapatan Rp. 2.500.000,00 – 5.000.000,00 perbulan sebanyak 64 (17,7%) dan sekitar 32 responden (8,9%) memiliki pendapatan > Rp. 5.000.000,00. Selanjutnya dari jenis pekerjaan, sebagian besar pengunjung adalah para mahasiswa dan pelajar yang belum memiliki pekerjaan tetap dan penghasilan tetap. Dari profil responden tersebut tergambar bahwa responden yang diambil pada penelitian ini memiliki bermacam-macam latar belakang yang berbeda.

## 2. Perilaku Wisatawan di Desa Wisata

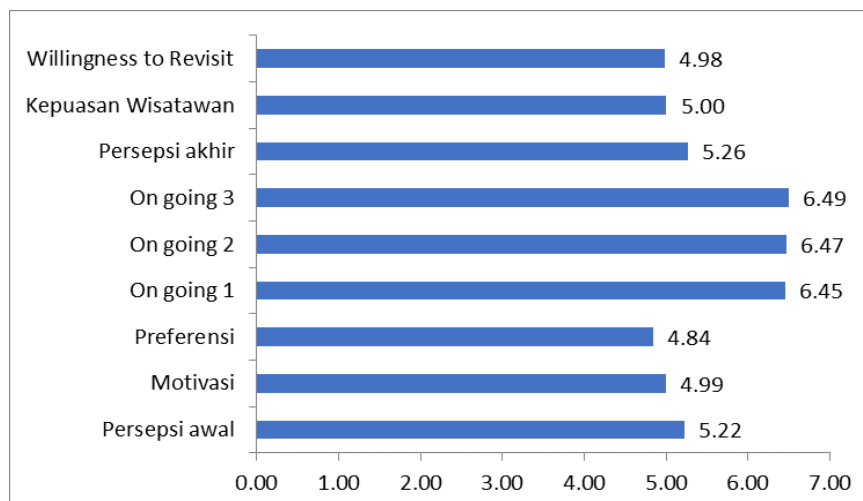
Kriteria masing – masing variabel ditentukan dengan berbagai hal yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata di desa wisata yang meliputi: 1) Budaya material, 2) Budaya immaterial, 3) Kondisi alam desa wisata, 4) Aktivitas penduduk pedesaan 5) Karakter masyarakat pedesaan, 6) Atmosfir desa wisata dan 7) Kegiatan ekonomi pedesaan. Hasil penilaian/skoring terhadap 9 variabel perilaku pengunjung di desa wisata di sajikan dalam Gambar 1.

Penelitian dilaksanakan secara sekuen dengan pernyataan yang runtut pada masing-masing responden

dengan mengikuti aktivitasnya mulai saat kedatangan dan mengungkap persepsi awal, hingga menjelang akhir kunjungan untuk mengetahui keinginannya berkunjung kembali. Pada tahapan *pre-activity* variabel persepsi awal memiliki skor yang paling tinggi yaitu 5,22 diikuti oleh skor motivasi sebesar 4,99 dan skor preferensi 4,84. Secara umum penilaian sikap pengunjung pada tahap *pre-activity* ini memiliki skor yang positif dengan nilai > 4 (dengan rentang nilai 1 – 7). Para pengunjung yang rata – rata adalah kaum terpelajar diduga sudah memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang bagaimana perilaku berwawasan lingkungan di desa wisata.

Tabel 1 Karakteristik responden

	Frekuensi	Persentase
Jenis kelamin		
a. Laki-laki	160	44,2
b. Perempuan	202	55,8
Pendidikan terakhir		
a. SD/SMP	50	13,8
b. SMA	131	36,2
c. D1/2/3	22	6,1
d. S1/2	159	43,9
Pekerjaan		
a. Mahasiswa	210	58,0
b. Dosen	3	0,8
c. PNS	26	7,2
d. Karyawan swasta	31	8,6
e. Petani	2	0,6
f. Pelajar	50	13,8
g. Guru	21	5,8
h. Perawat	1	0,3
i. Pengemudi	2	0,6
j. Dokter	1	0,3
k. Wiraswasta	13	3,6
l. IRT	2	0,6
Pendapatan perbulan (Rp.)		
a. $x < 2.500.000$	254	70,2
b. $2.500.000 < x < 5.000.000$	64	17,7
c. $5.000.000 < x < 7.500.000$	10	2,8
d. $7.500.000 < x < 10.000.000$	10	2,8
e. $x > 10.000.000$	12	3,3



Gambar 1 Skor perilaku pada tiga tahapan di desa wisata

Pada tahap *during-activity* skor perilaku pengunjung di desa wisata menunjukkan skor yang cukup tinggi yaitu > 6 dengan trend yang positif dari perilaku pada kondisi I (*on-going 1*) sampai dengan pada kondisi III (*on-going 3*). Skor *during-activity* berturut – turut adalah 6,45 pada kondisi I (perilaku wisatawan pada saat wisatawan baru saja tiba), 6,47 pada kondisi II (perilaku lanjutan atas aksi lingkungan), dan 6,49 pada kondisi III (perilaku lanjutan atas lanjutan aksi lingkungan). Berdasarkan skor *during-activity* dapat disampaikan bahwa secara umum para pengunjung di desa wisata sudah menunjukkan perilaku yang berwawasan lingkungan.

Selanjutnya pada tahap *post-activity* skor perilaku pengunjung yang terdiri dari persepsi akhir, kepuasan dan keinginan untuk berkunjung kembali juga menunjukkan skor yang positif. Pada variabel persepsi akhir diperoleh skor 5,26 dimana terdapat penambahan 0,04 nilai dari persepsi awal. Nilai kepuasan pengunjung adalah 5,00 atau dapat dikatakan cukup tinggi. Sedangkan skor keinginan untuk kembali juga bernilai cukup tinggi yaitu 4,98.

### 3. Hubungan Antar Variabel Perilaku Wisatawan

Dari penelitian yang telah dilaksanakan diperoleh hasil penghitungan korelasi untuk 362 responden. Dari hasil penghitungan korelasi antar variabel, kemudian dipetakan pola perilaku wisatawan melalui 512 potensi perilaku, berupa respon positif (+) dan negatif (-) terhadap aktivitasnya di desa wisata. Hasil penghitungan korelasi antar variabel dapat dilihat dalam Tabel 2.

Secara umum variabel pada tahap *pre-activity* berkorelasi positif terhadap variabel pada tahap *post-activity*, sedangkan pada tahap *during-activity* tidak menunjukkan korelasi yang cukup signifikan baik terhadap variabel tahap *pre-activity* dan variabel tahap *post-activity*. Dari Tabel 2, terlihat bahwa variabel persepsi awal memiliki korelasi dengan variabel motivasi, preferensi, persepsi akhir, kepuasan, dan keinginan untuk kembali. Fritz Pearl (1893-1970) dalam

Orsborne dan Singh (2012), mengemukakan bahwa persepsi terbentuk dari pandangan individu dan dapat merubah kesadaran untuk penggalan diri. Hal inilah yang dapat membentuk motivasi dan preferensi individu untuk berwisata di desa, bergaul dengan masyarakat dan berperilaku positif. Motivasi dan preferensi individu berwisata ke desa wisata tidak sepenuhnya ditentukan oleh persepsi individu, tetapi dapat juga dipengaruhi oleh kelompok referensinya.

Selanjutnya variabel motivasi memiliki korelasi dengan variabel persepsi awal, preferensi, persepsi akhir, kepuasan, dan keinginan untuk kembali. David McClelland (1917-1998) dalam Orsborne dan Singh (2012) mengungkapkan bahwa motivasi adalah sesuatu yang tidak disadari dan mendorong performa, pencapaian, dan kekuatan untuk bersosialisasi, sehingga wisatawan yang memiliki persepsi awal yang positif cenderung dapat mencapai kepuasan dalam berwisata dan memiliki keinginan untuk kembali, karena kebutuhan (*need*) untuk melakukan perjalanan berwisata terpenuhi.

Variabel preferensi memiliki korelasi dengan variabel persepsi awal, motivasi, persepsi akhir, kepuasan, dan keinginan untuk kembali. Selanjutnya variabel pada tahap *during-activity* yaitu pada variabel P-I (perilaku wisatawan pada saat wisatawan baru saja tiba), dan P-III (perilaku lanjutan atas lanjutan aksi lingkungan) hanya berkorelasi pada variabel kepuasan dan keinginan untuk kembali saja. Variabel persepsi akhir memiliki korelasi terhadap variabel kepuasan, dan keinginan untuk kembali. Sedangkan variabel kepuasan memiliki korelasi dengan variabel keinginan untuk kembali. Manusia memiliki motivasi pro-sosial yang berkaitan erat dengan emosi dan persahabatan (Mikulincer dan Shaver 2010), sehingga manusia juga memiliki toleransi ketika berada di lingkungan sosialnya bersama dengan orang lain, dan memiliki kemampuan untuk menyesuaikan diri secara emosional. Wisatawan memiliki kecenderungan bersikap positif dan menunjukkan perilaku yang baik selama beraktivitas.

Tabel 2 Korelasi antar variabel

	Persepsi awal	Motivasi	Preferensi	P-I	P-II	P-III	Persepsi akhir	Kepuasan	Keinginan untuk kembali
Persepsi awal									
Motivasi	.646**								
Preferensi	.493**	.751**							
P-I	0.002	0.050	0.063						
P-II	-0.071	-0.034	0.002	.373**					
P-III	0.020	0.028	0.064	.136**	.268**				
Persepsi akhir	.570**	.633**	.551**	0.066	0.008	0.066			
Kepuasan	.474**	.689**	.651**	.126*	0.034	0.096	.672**		
Keinginan untuk kembali	.382**	.605**	.666**	0.070	0.043	.110*	.534**	.714**	

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Selanjutnya untuk menduga variabel apa saja yang signifikan dalam mempengaruhi aspek kepuasan pengunjung maka dilakukan analisis regresi terhadap tujuh variabel yang terdiri dari: 1) Persepsi awal, 2) Motivasi, 3) Preferensi, 4) Perilaku pada tahap I, 5) Perilaku pada tahap II (perilaku lanjutan atas aksi lingkungan), 6) Perilaku pada tahap III (perilaku lanjutan atas lanjutan aksi lingkungan), dan 7) Persepsi akhir. Ketujuh variabel tersebut merupakan variabel *independent* (X1 sd X7) sedangkan variabel *dependennya* (Y) adalah tingkat kepuasan wisatawan. Hasil analisis regresi kepuasan wisatawan di sajikan dalam Tabel 3.

Dari tabel tersebut dapat dirumuskan model regresi kepuasan wisatawan adalah sebagai berikut:

$$\text{Kepuasan wisatawan} = 1,564 - 0,0740 \text{ persepsi awal} + 0,324 \text{ motivasi} + 0,215 \text{ preferensi} - 0,429 \text{ P-I} - 0,249 \text{ P-II} + 0,476 \text{ P-III} + 0,4660 \text{ persepsi akhir.}$$

Swarbrooke dan Horner (2007), mengemukakan bahwa persepsi terhadap suatu destinasi dan pengelolaan pariwisatanya dipengaruhi preferensi terhadap negara dan budaya tertentu. Selanjutnya, wisatawan akan memiliki pandangan yang mendasari pikiran, perhatian atau kecenderungan. Orientasi juga dipahami sebagai sebuah *cognitive set*, berupa sudut pandang konseptual yang menghasilkan disposisi karakteristik untuk bereaksi terhadap kejadian atau peristiwa (Reber dan Reber 2010). Menurut Swarbrooke dan Horner (2007), faktor yang mendorong motivasi untuk berwisata sangat dipengaruhi oleh kebutuhan, keinginan, dan tujuan individu atau kelompok.

Dari nilai koefisien di atas dapat kita lihat bahwa untuk variabel persepsi, P-I, P-II, dan P-III, tidak signifikan, ini karena nilainya cenderung sama dan homogen yang membuat hasilnya menjadi tidak signifikan. Hal ini disebabkan oleh perilaku wisatawan yang menunjukkan perilaku positif sesuai dengan tata nilai yang berlaku di desa. Variabel yang memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengunjung adalah motivasi, preferensi dan persepsi akhir. Motivasi yang kuat untuk memilih berwisata ke desa wisata, disertai dengan persepsi akhir yang cenderung positif yang terbentuk melalui aktivitas yang dilakukan secara positif dapat memunculkan kepuasan karena tidak ada resistensi.

Pemodelan aspek kepuasan dengan analisis regresi tingkat lanjut menunjukkan bahwa model rumus matematis tersebut memenuhi semua asumsi normalitas dan homogenitas data serta tidak ada autokorelasi. Asumsi normalitas data dapat dilihat dari plot normalitas yang menunjukkan hanya ada tiga buah pencilan dari 362 sampel yaitu disebelah kiri satu buah dan di sebelah kanan dua buah. Selanjutnya aspek homogenitas dapat dilihat dari sisaan yang bersifat heterogen. Hasil regresi lanjutan dapat dilihat pada Tabel 4 dan Gambar 2.

#### 4. Polarisasi perilaku wisatawan di desa wisata

Potensi perilaku wisatawan yang digambarkan dalam 512 pola perilaku, dalam penelitian ini hanya muncul 46 pola. Selanjutnya dari 46 pola tersebut, dipilih 10 pola perilaku yang umum dilakukan oleh para pengunjung sebagaimana terlihat pada Tabel 5.

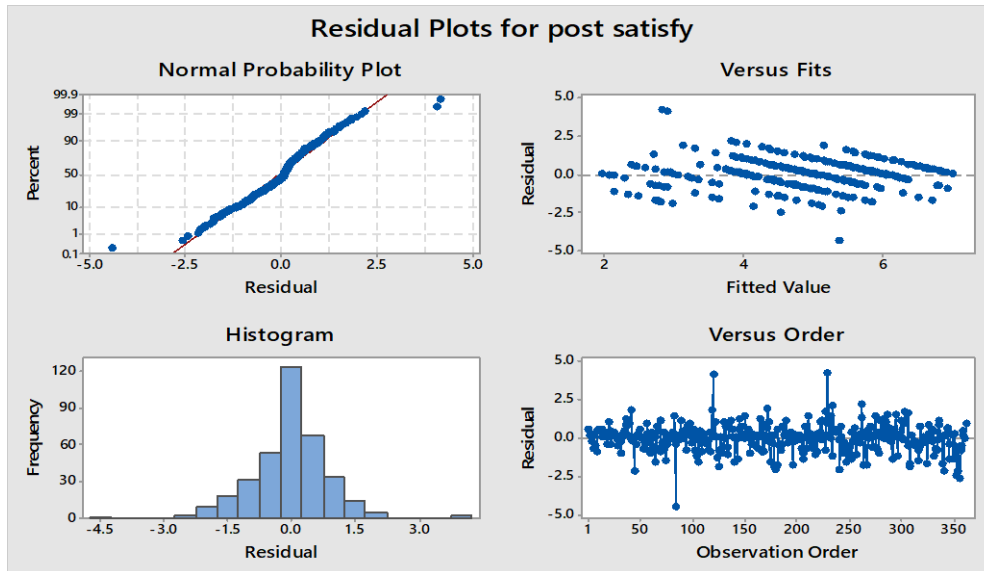
Tabel 3 Analisis regresi kepuasan wisatawan

Variabel	B	Std. Error	Beta	t	Sig
(Constant)	1.564	1.397		1.120	.264
Persepsi awal	-.074	.059	-.058	-1.262	.208
Motivasi	.324	.062	.316	5.225	.000
Preferensi	.215	.047	.236	4.570	.000
P - I	-.429	.383	-.076	-1.119	.264
P - II	-.249	.411	-.043	-.607	.544
P - III	.476	.333	.079	1.428	.154
Persepsi akhir	.466	.057	.373	8.119	.000

Keterangan : Taraf nyata yang digunakan (alpha) adalah 0,05

Tabel 4 Sisaan persamaan regresi kepuasan wisatawan

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.97	7.01	5.00	1.095	362
Residual	-4.386	4.167	.000	.895	362
Std. Predicted Value	-2.766	1.835	.000	1.000	362
Std. Residual	-4.851	4.609	.000	.990	362



Gambar 2 Kurva dan histogram sisaan persamaan regresi

Tabel 5 Pola Perilaku wisatawan di desa wisata.

POLA	Pre-activity			On-going activity			Post-activity		
	Persepsi awal	Motivasi	Preferensi	Perilaku pada kondisi I	Perilaku pada Kondisi II	Perilaku pada Kondisi III	Persepsi akhir	Kepuasan	Keinginan untuk kembali
Pola 1 (n= 157)	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Pola 21 (n=12)	+	+	-	+	+	+	+	+	+
Pola 22 (n=13)	+	-	+	+	+	+	+	+	+
Pola 29 (n=10)	+	+	-	+	+	+	+	+	-
Pola 36 (n=7)	+	+	-	+	+	+	+	-	+
Pola 37 (n=6)	+	-	+	+	+	+	+	-	+
Pola 46 (n=7)	+	-	-	+	+	+	+	-	-
Pola 77 (n=19)	+	-	-	+	+	+	-	-	-
Pola 184 (n=7)	-	-	-	+	+	+	-	+	+
Pola 208 (n=24)	-	-	-	+	+	+	-	-	-

1. Pola 1, wisatawan dengan persepsi awal positif, memiliki motivasi dan preferensi yang positif pula. Ketika melakukan aktivitas, terobservasi melakukan perilaku positif pada ketiga kondisi, dan membentuk persepsi akhir yang positif, kepuasan positif, serta keinginan untuk kembali.
2. Pola 21, wisatawan dengan persepsi awal dan motivasi positif, disertai dengan preferensi yang negatif, terobservasi melakukan aktivitas secara positif pula, dan membentuk persepsi akhir positif dan kepuasan yang positif, serta berkeinginan untuk kembali.
3. Pola 22, wisatawan dengan persepsi awal dan preferensi positif, terobservasi berperilaku positif pula pada semua kondisi, disertai dengan persepsi akhir yang positif, kepuasan yang positif, serta keinginan untuk kembali.
4. Pola 29, wisatawan dengan persepsi awal dan motivasi positif, disertai dengan preferensi yang negatif, terobservasi melakukan aktivitas secara

- positif pula, dan membentuk persepsi akhir positif, kepuasan positif, namun akhirnya tidak ingin kembali.
5. Pola 36, wisatawan dengan persepsi awal dan motivasi positif, disertai dengan preferensi yang negatif, terobservasi melakukan aktivitas secara positif pula, dan membentuk persepsi akhir yang positif. Walaupun menghasilkan kepuasan negatif, namun memiliki keinginan untuk kembali.
  6. Pola 37, wisatawan dengan persepsi awal positif dan motivasi negatif namun disertai preferensi positif, terobservasi melakukan aktivitas secara positif pula, dan membentuk persepsi akhir yang positif, walaupun kepuasannya negatif, namun memiliki keinginan untuk kembali.
  7. Pola 46, wisatawan dengan persepsi awal positif disertai dengan motivasi dan preferensi negatif, terobservasi berperilaku positif pada semua kondisi. Pada persepsi akhir juga menunjukkan positif, walaupun akhirnya kepuasannya negatif dan tidak ingin kembali.
  8. Pola 77, wisatawan dengan persepsi awal positif, disertai dengan motivasi dan preferensi negatif, bisa muncul perilaku yang positif pada semua kondisi, namun memunculkan persepsi akhir dan kepuasan yang negatif, serta tidak ingin untuk kembali.
  9. Pola 184, wisatawan dengan persepsi awal, motivasi dan preferensi negatif, terobservasi berperilaku positif pada semua kondisi, dan persepsi akhir yang negatif. Namun wisatawan ini memiliki kepuasan yang positif dan keinginan untuk kembali.
  10. Pola 208, wisatawan dengan persepsi awal, motivasi dan preferensi negatif, namun terobservasi berperilaku positif pada semua kondisi. Selanjutnya muncul persepsi akhir yang negatif, disertai dengan kepuasan yang negatif dan tidak ada keinginan untuk kembali.

Kombinasi dari 10 perilaku tersebut, pola 1 merupakan pola perilaku wisatawan yang cukup dominan ditemui di lapangan dengan responden berjumlah 157 atau sekitar 43,4% sedangkan pola 208 merupakan pola perilaku wisatawan yang paling sedikit ditemui di lapangan dengan jumlah responden berjumlah 24 orang atau sekitar 6,6%. Pada pola 1 dapat dikatakan bahwa perilaku wisatawan di desa wisata sudah mengarah pada perilaku wisata yang berwawaskan lingkungan, hal ini ditunjukkan dengan tanda positif antara fase *pre-activity*, *during-activity* dan *post-activity*. Sedangkan pola 208 merupakan pola perilaku wisatawan yang belum mengarah pada perilaku berwawaskan lingkungan karena tidak ada hubungan yang positif antara *pre-activity*, *during-activity* dan *post-activity*. Nilai positif perilaku wisatawan hanya terjadi pada saat *during-activity* saja.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji korelasi antar variabel menunjukkan adanya keterkaitan antara persepsi awal

dengan proses psikologis selanjutnya, berupa motivasi, preferensi, kepuasan dan keinginan untuk kembali. Ketertarikan responden ditunjukkan dengan banyaknya respon positif yang ditunjukkan, terutama pada persepsi awal, didukung dengan perilaku yang terobservasi positif pada saat wisatawan baru tiba, setelah berinteraksi dengan lingkungannya, dan melakukan aktivitas bersama dengan masyarakat lokal. Hal ini dapat memberikan kesan bahwa kunjungan ke desa merupakan kegiatan yang dapat menggiring perilaku positif untuk mendapatkan manfaat atau kepuasan sesuai dengan persepsi awal yang dimiliki wisatawan. Variabel yang mempengaruhi secara signifikan terhadap kepuasan wisatawan di desa wisata adalah motivasi, preferensi dan persepsi akhir. Pola perilaku wisatawan sudah terpolarisasi ke arah kegiatan wisata yang berwawaskan lingkungan, sesuai dengan tujuh pilar ekowisata dalam penelitian ini.

Mengenal pola perilaku wisatawan menjadi bagian yang penting bagi pengembangan desa wisata, mengingat adanya berbagai aspek yang belum dikenali dan dipertimbangkan dalam membangun desa wisata, antara lain berupa tata nilai yang akan dibangun, baik upaya untuk melakukan konservasi atas berbagai sumber daya yang dimiliki, maupun pengelolaan masyarakat lokal untuk dapat menegakkan pilar-pilar ekowisata yang terdiri atas pilar ekologi, sosial-budaya, ekonomi, pengalaman, kepuasan, kenangan, dan pendidikan. Perilaku wisatawan dapat didorong untuk menyesuaikan dengan tata nilai yang ada pada masyarakat pedesaan, sehingga kegiatan wisata dapat memberikan kebahagiaan baik untuk wisatawan maupun masyarakat desa.

Untuk menjaga atmosfir pedesaan yang bersifat alami dengan suasana yang tenang dan tentram, dan masyarakat yang sederhana dan bersahaja, perlu disosialisasikan dan dituangkan dalam berbagai kegiatan masyarakat, agar tetap terjaga seiring dengan pengembangan ekonomi komunitas masyarakat desa. Kegiatan menanam pohon merupakan salah satu contoh kegiatan yang dapat digunakan untuk kegiatan pariwisata berkelanjutan. Perilaku wisatawan sebagai *responsible tourist* yang memiliki komitmen untuk menjaga lingkungan dan melindungi makhluk hidup di alamnya telah menjadi bagian dari gaya hidup. Desa wisata sebagai destinasi yang memiliki keaslian dan kehidupan yang dekat dengan alam dan didukung dengan budaya material dan imaterial yang autentik telah menjadikan destinasi desa wisata sebagai tujuan wisata yang dapat dinikmati dan dikunjungi berulang-ulang.

Pendekatan perilaku dapat digunakan dalam perencanaan, dengan membuat pedoman dalam melaksanakan kegiatan pengembangan pariwisata berkelanjutan, sehingga dalam pengembangan desa wisata, aspek persepsi yang terbentuk oleh informasi yang diperoleh sebelumnya, dapat digunakan sebagai referensi dalam penyediaan informasi. Selain itu, penyusunan pedoman pembuatan pola perjalanan, paket wisata, dan aktivitas di desa wisata dapat pula



dikembangkan sesuai dengan motivasi dan preferensi wisatawan. Penyusunan kebijakan publik, baik yang bersifat peraturan hukum, himbauan, maupun pembentukan perilaku publik, dapat pula mengacu pada hasil observasi perilaku wisatawan saat melakukan aktivitas. Demikian pula untuk penyusunan kebijakan dalam pengembangan desa wisata yang berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Avenzora R. 2008. *Ekoturisme: Teori dan Praktek*. Nias (ID): BRR NAD.
- Avenzora R, Teguh F. 2013. *Ecotourism and Sustainable Tourism Development in Indonesia: Potentials, Lesson and Best Practices*. Jakarta (ID): Ministry of Tourism and Creative Economy.
- Kotler P, Keller KL. 2009. *Manajemen Pemasaran..* Jakarta (ID): Penerbit Erlangga.
- Kraus R. 1977. *Recreation Today: Program Planning and Leadership*. California (US): Goodyear Publishing Company, Inc.
- Mikulincer M, Shaver PR. 2010. *Prosocial Motives, Emotions, and Behavior, The Better Angel of Our Nature*. Washington DC (US): APA.
- Neuman. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta (ID): PT. Indeks.
- Orsborne A, Singh SS. 2012. *The Psychology Book : Big Ideas Simply Explained*. London (UK): Dorling Kindersley, Ltd.
- Reber SA, Reber SE. (2010). *Kamus Psikologi*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar
- Skinner BF. 1953. *Science and Human Behavior*. New York (US): Free Press.
- Swarbrooke J, Horner S. 2007. *Consumer Behaviour in Tourism: Second Edition*. Oxford (UK) : Butterworth-Heinemann.
- [UNWTO] The World Tourism Organization. 2012. *Tourism in Green Economy Report*. Madrid (ES): UNWTO.
- [UNWTO] The World Tourism Organization. 2004. *Indicator of Sustainable Development for Tourism Development. A Guidebook*. Madrid (ES): UNWTO.
- Wire N. 2012. "The Global, Socially-Conscious Consumer." *The Nielsen Company Survey of Corporate Citizenship surveyed more than 28,000 Internet respondents in 56 countries*. March 2012. <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/consumer/the-global-socially-conscious-consumer/>.
- [WTTC] World Travel Tourism Council. 2016. *Travel and Tourism Investment in ASEAN*. London (GB): WTTC