

MOTIVASI BACKPACKER NUSANTARA BEPERGIAN KE SINGAPURA

Michael Deanda Lukito

Manajemen / Fakultas Bisnis dan Ekonomika

mdeanda11@gmail.com

Intisari - Penelitian ini menguji perbedaan motivasi untuk backpacker nusantara yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang bepergian ke Singapura. Sebanyak 170 responden telah mengisi kuisioner dengan 13 responden yang tidak valid yang digunakan untuk analisis. Sebanyak 71 responden melakukan untuk pertama kali dan 86 responden melakukan untuk berulang. Backpacker yang melakukan perjalanan pertama kali memiliki kecenderungan termotivasi karena ingin mengunjungi tempat yang mereka belum pernah kunjungi, sedangkan yang berulang tidak. Backpacker yang berulang lebih termotivasi karena kenyamanan transportasi publik, sedangkan yang pertama kali juga sama termotivasi karena hal tersebut.

Temuan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa faktor pendorong(*push*) yang lebih kuat dari faktor penarik(*pull*) untuk backpacker yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang. Saran untuk menarik backpackers berulang yang tersedia dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini dapat menjadi informasi tambahan untuk menentukan strategi marketing pariwisata dan pengelolaan pariwisata Indonesia.

Kata Kunci: Motivasi, Backpacker, Faktor-faktor pendorong dan penarik.

Abstract - *This study examined differences in motivation for the local backpacker who traveled first-time and repeat travel to Singapore. 170 respondents have filled in a questionnaire with 13 respondents invalid used for the analysis. A total of 71 respondents for the first time and 86 respondents to repeatedly. Backpacker were traveling the first time more motivated to visit places they have never visited, while repeatedly not. Backpacker were repeated more motivated because of the convenience of public transport, and the first-time is equally motivated by it.*

The findings in this study revealed that the drivers (push) is stronger than the pull factors for backpacker who traveled first time and repeatedly. Suggestions to attract backpackers repeatedly provided in this study. The results of this study can be additional information to

determine the marketing strategy of tourism and any tourism stakeholder in Indonesia.

Keywords: *Motivation, Backpacker, Push Factors, Pull Factors*

PENDAHULUAN

Pariwisata sebagai industri yang menjanjikan karena banyak orang membutuhkan, dan hingga kini WTO (*World Tourism Organization*) didirikan oleh PBB untuk menangani masalah tentang pariwisata. Dengan adanya WTO pariwisata tidak boleh dianggap sebelah mata dan dapat menjadi salah satu kebutuhan sekunder maupun tersier untuk melepaskan beban pikiran dari rutinitas sehari-hari.

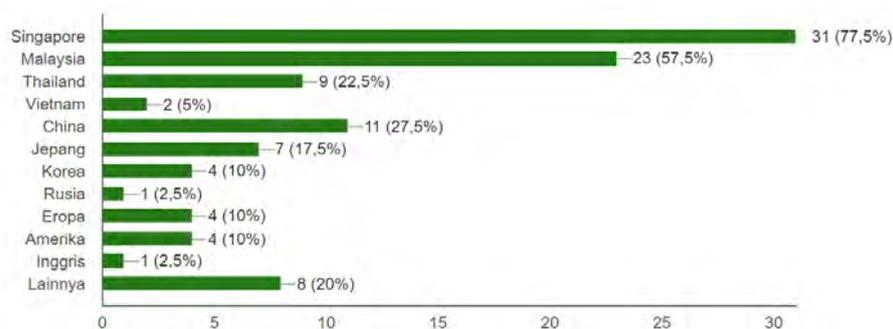
Indonesia sebagai negara kepulauan yang memiliki alam dan budaya berlimpah merupakan komponen penting dalam pariwisata, dengan iklim tropis dan memiliki oleh 17.508 pulau, Indonesia sangat berpotensi dalam pariwisata. Dengan banyaknya pulau yang ada di Indonesia, wisatawan dapat melihat keindahan bawah laut yang dimiliki, sedangkan kekayaan budaya yang dimiliki Indonesia juga sudah diakui oleh UNESCO sejak tahun 2010. Lokasi yang diakui UNESCO sebagai situs warisan dunia tak lain adalah Candi Borobudur, Candi Prambanan, Toraja, Yogyakarta, Minangkabau, dan pulau Bali (<https://id.wikipedia.org>).

Gaya hidup yang terus berubah karena banyaknya pengaruh globalisasi membawa dampak pada setiap orang yang menikmati wisata. Hidup yang serba instan serta kemudahan mendapat informasi memberikan perubahan terhadap cara berwisata, orang dengan mudah memesan hotel atau tiket pesawat melalui website. Dengan kemudahan yang didapat, wisatawan tidak perlu khawatir akan informasi yang dibutuhkan untuk berwisata, karena banyak bermunculan blogger yang menceritakan pengalaman perjalanan wisatanya pada *website blog*.

Pada umumnya orang yang berwisata dengan membawa barang yang cukup banyak, dengan beberapa keluarga inti biasanya suami, istri, dan dengan anaknya. Menginap di hotel berbintang dengan fasilitas yang mencukupi kebutuhan wisata, dengan harga yang cukup mahal. Mengunjungi tempat terkenal yang sudah banyak diketahui orang dan menghabiskan waktu

luang bersama keluarga untuk bersenang-senang sehingga, jika dibandingkan dengan konsep *backpacker* terlihat sangat berbeda (Pearce, 1990 & Larsen *et al.* 2011).

Menentukan destinasi wisata dengan perkembangan teknologi yang sangat maju bukan menjadi penghalang, bahkan dengan banyaknya blogger, situs informasi wisata, dan media sosial yang memberikan banyak informasi dan membagikan pengalaman sehingga menarik minat orang yang membaca. Sigi Awal yang dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuisisioner, didapat dari 41 responden yang sudah mengisi kuisisioner dan ditemui Singapura sebagai negara yang paling banyak dipilih sebagai destinasi wisata *backpacker* yang sudah dikunjungi oleh responden. Dengan banyaknya responden yang memilih negara Singapura sebagai negara yang pernah dikunjungi dengan wisata *backpacker* menunjukkan bahwa Singapura sebagai negara yang ramah kepada wisatawan *backpacker* nusantara.



Gambar 1
Sigi Awal Destinasi Wisatawan *Backpacker*

Singapura yang tercatat sebagai salah satu dari 10 negara termahal di Dunia pada tahun 2016 (<http://nationalgeographic.co.id/>) menjadi tempat wisata yang harus dipertimbangkan karena biaya hidup yang mahal. Dengan adanya konsep *backpacker* wisatawan bisa berwisata menuju negara Singapura karena konsep ini memiliki orientasi kepada biaya, dan akomodasi yang minim jauh dari kesan mewah. Meskipun menjadi salah satu tempat wisata yang mahal Singapura masih bisa dikunjungi bagi wisatawan yang memiliki budget terbatas dengan konsep tersebut.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Jane *et al.* (2014) di Shanghai dengan menggunakan variabel motivasi wisatawan dan objek penelitian wisatawan asing di Shanghai yang melakukan perjalanan

backpacker untuk pertama kali, atau mengulangi perjalanan di kota tersebut. Sedangkan pada penelitian ini memiliki perbedaan pada objek penelitian, yaitu wisatawan nusantara yang melakukan perjalanan *backpacker* dengan tujuan Singapura, dan variabel yang digunakan tetap sama seperti penelitian sebelumnya yaitu motivasi wisatawan.

Memiliki objek yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang memilih objek penelitian wisatawan *backpacker* yang melakukan perjalanan ke Singapura untuk pertama kali atau mengulangi menjadi pembeda. Karena dalam budaya Indonesia sangat jarang orang bepergian dengan menggunakan konsep *backpacker*. *Backpacker* yang melakukan perjalanan ke Singapura untuk pertama kali dan mengulangi perjalanan *backpacker* ke negara yang sama memiliki motivasi yang berbeda, sehingga menjadi pertanyaan perbedaan motivasi apa yang ada pada kedua wisatawan.

Selain itu pentingnya memilih topik motivasi *backpacker* karena pada penelitian yang dilakukan Visser (2004) menyatakan bahwa *backpacker* merupakan bagian dari wisatawan internasional yang memiliki anggaran terbatas dengan sikap hematnya, juga membawa manfaat ekonomi bagi negara yang dikunjungi.

Ketertarikan dari wisatawan *backpacker* nusantara yang melakukan perjalanan ke Singapura, untuk pertama kali (*first-time*) dan berulang (*repeater*) terdapat perbedaan motivasi. Motivasi tersebut dapat diidentifikasi melalui faktor motivasi pendorong (*push*) *backpacker* dan motivasi penarik (*pull*) *backpacker*, yang memilih destinasi negara Singapura.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis deskriptif konklusif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan dan mencari perbedaan faktor dari motivasi *backpacker* ke negara Singapura untuk *first-time* dan *repeaters*, yang diukur menggunakan tiga kelompok atribut motivasi pendorong (*push*) *backpacker* dan tiga kelompok atribut motivasi penarik (*pull*) *backpacker*.

Dalam penelitian ini, variabel yang digunakan adalah motivasi *backpacker*. Dalam motivasi wisatawan orang bisa menentukan kemana dia

akan pergi melalui dua faktor yaitu faktor motivasi pendorong(*push*) dan faktor motivasi penarik(*pull*). Variabel tersebut memiliki posisi dependen karena bisa dipengaruhi melalui dorongan internal wisatawan itu sendiri dan eksternal negara Singapura sebagai destinasi wisata.

Menggunakan sumber data primer, dimana data secara langsung didapat melalui pembagian kuisisioner kepada responden. Kuisisioner yang dibagikan untuk menjadi sumber data berisikan pertanyaan meliputi pertanyaan faktor motivasi pendorong *backpacker* dan faktor motivasi penarik *backpacker*. Sedangkan data sekunder yang digunakan diperoleh dari internet, buku, dan jurnal yang dijadikan bahan acuan penelitian.

Aras pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah aras interval, tetapi menggunakan jarak dan homogen dengan nilai yang berbeda pada setiap nomornya. Kuisisioner yang berisikan motivasi dimensi faktor motivasi penarik *backpacker* dan faktor motivasi pendorong *backpacker* diukur melalui enam poin skala Likert, dari “sangat tidak setuju” hingga “sangat setuju”. Selain itu kuisisioner yang disebarakan kepada responden juga bersifat tertutup dengan dibatasi alternatif jawaban pada kuisisioner.

Populasinya adalah wisatawan nusantara berjenis kelamin pria atau wanita, dengan umur 17–55 tahun. Selain itu responden juga memiliki kriteria pernah melakukan perjalanan wisata dengan konsep *backpacker* ke Singapura 2 tahun terakhir, dan kriteria lainnya adalah responden minimal berpendidikan SMA atau sederajat. Dengan pertanyaan dan kriteria tersebut diharapkan responden bisa memahami pertanyaan dari kuisisioner dan bisa memberikan data untuk penelitian ini.

Sample merupakan bagian dari populasi dengan karakteristik yang diuji dan mewakili sebagian besar dari jumlah keseluruhan populasi. Penelitian ini memilih sample menggunakan teknik non probabilitas sampel, sedangkan untuk menentukan jumlah sample penulis menggunakan cara pengambilan sampel *convenience sample*.

Kuisisioner disebarakan menggunakan *google forms* melalui situs, blog, dan media sosial ke responden, yang memenuhi karakteristik populasi dan

kriteria responden yang ditentukan. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 22.0 *for windows*.

HASIL PENELITIAN

Perhitungan korelasi setiap pertanyaan menggunakan rumus korelasi *pearson*, selain itu juga bisa dilihat nilai signifikansi. Dinyatakan valid jika korelasi *pearson* mendapat skor lebih besar sama dengan 0.05 ($\alpha = 5\%$) pada 30 responden. 30 responden yang didapat sudah valid karena nilai korelasi *pearson* pada lebih besar dari skor yang sudah ditentukan yaitu, 0.05 ($\alpha = 5\%$) pada 30 responden.

Setelah dilakukan uji validitas, langkah berikutnya adalah uji reliabilitas. Uji reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengukuran reliabilitas menggunakan *alpha cronbach*, jika nilai dari *alpha cronbach* lebih besar sama dengan 0.6 maka dinilai reliabel. Dari hasil yang didapat semua faktor sudah memenuhi kriteria dan dinilai reliabel. Tujuan dari uji validitas dan reliabilitas diatas menunjukkan bahwa kuisioner yang dirancang dan terisi telah memenuhi syarat, sehingga kuisioner dapat digunakan untuk langkah penelitian selanjutnya.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan sample sebanyak 150 responden, tetapi terkumpul sebanyak 170 responden dan yang tidak sah sebanyak 13 responden, jadi sebanyak 157 responden yang bisa diolah. Responden yang berumur 17 – 22 tahun berjumlah 83 responden, merupakan jumlah terbanyak dari seluruh kelompok usia. Responden yang melakukan perjalanan *backpacker* ke Singapura untuk pertama kali (*first-time*) sebanyak 71 responden, sedangkan responden yang melakukan perjalanan *backpacker* ke Singapura lebih dari 1 kali (*repeater*) sebanyak 86 responden.

Data berdasarkan frekuensi responden tinggal di Singapura. Responden yang melakukan perjalanan pertama kali memiliki rata-rata tinggal 3.19 hari dengan maximum tinggal 8 hari dari 157 responden. Responden yang melakukan perjalanan kedua kali memiliki rata-rata tinggal 2.94 hari dengan maximum tinggal 7 hari dari 866 responden. Pada responden

yang melakukan perjalanan ketiga kali memiliki rata-rata tinggal 3.37 hari dengan maximum tinggal 7 hari dari 43 responden, dan yang melakukan perjalanan keempat kali dan selebihnya memiliki rata-rata tinggal 3.07 hari dengan maximum tinggal 9 hari dari 27 responden.

Tabel 1
Frekuensi Responden Tinggal di Singapura

No	Frekuensi	Rata-rata tinggal (hari)	Maximal Tinggal (hari)	Total Responden
1	Pertama kali	3.19 hari	8 hari	157 responden
2	Kedua kali	2.94 hari	7 hari	86 responden
3	Ketiga kali	3.37 hari	7 hari	43 responden
4	Keempat kali dan selebihnya	3.07 hari	9 hari	27 responden

Sumber : Data kuisioner online, diolah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian terhadap responden terhadap faktor motivasi pendorong *backpacker* ke Singapura untuk perjalanan pertama kali secara keseluruhan memiliki nilai sebesar 4.86 sedangkan untuk perjalanan berulang kali secara keseluruhan memiliki nilai sebesar 4.83. Dengan hasil tersebut dikatakan bahwa tanggapan responden secara keseluruhan memiliki tanggapan positif.

Faktor motivasi pendorong bagi responden yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang ke Singapura paling dominan adalah sama yaitu faktor motivasi *inquisitiveness* dengan nilai mean 5.15, nilai mean 5.08 masing-masing. Dapat disimpulkan juga *backpacker* yang melakukan perjalanan berulang dan pertama kali memiliki perbedaan motivasi yang paling kuat, untuk *backpacker* yang melakukan perjalanan pertama kali memiliki motivasi yang kuat untuk mencari tahu tempat yang belum pernah mereka kunjungi, sedangkan yang melakukan perjalanan berulang cenderung melakukan perjalanan karena motivasi rasa keingin tahuan akan sesuatu yang

baru seperti ingin mengetahui sejarah, budaya yang cukup beragam dari berbagai etnis seperti Tionghoa, Arab, India, Melayu, Singapura dan Eurasia, kegiatan bisnis, rumah sakit yang modern, tata letak kota, kecanggihan teknologi transportasi umum, dan kehidupan malam di Singapura.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian terhadap responden terhadap faktor motivasi penarik *backpacker* ke Singapura untuk perjalanan pertama kali secara keseluruhan memiliki nilai sebesar 4.00 sedangkan untuk perjalanan berulang kali secara keseluruhan memiliki nilai sebesar 3.94. Dengan hasil tersebut dikatakan bahwa tanggapan responden secara keseluruhan mengarah ke arah positif

Tabel 2
Hasil Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Faktor Motivasi Pendorong(*push*) dan Penarik(*pull*)

No	Faktor Motivasi	Mean	
		<i>First-time</i>	<i>Repeater</i>
Faktor Motivasi Pendorong (<i>push</i>)			
1	<i>Enhancement</i>	4.90	4.85
2	<i>Inquisitiveness</i>	5.18	5.07
3	<i>Getaway</i>	4.56	4.59
Total rata-rata		4.88	4.84
Faktor Motivasi Penarik (<i>pull</i>)			
1	<i>Convenience</i>	4.94	4.92
2	<i>Cultural Aspects</i>	3.73	3.58
3	<i>History Aspects</i>	3.47	3.25
Total rata-rata		4.05	3.92

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 22.0

Faktor motivasi penarik menurut hasil pengolahan data, responden yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang sama termotivasi oleh faktor *convenience*. Memiliki total rata-rata untuk *convenience* yang melakukan perjalanan pertama kali mendapat nilai 4.94 dan perjalanan

berulang mendapat nilai 4.92. Dari data diatas dapat diartikan *backpacker* nusantara yang melakukan perjalanan untuk pertama kali dan berulang memiliki kesamaan tertarik karena transportasi publik yang nyaman dan bisa menjangkau hampir seluruh kota Singapura, dan juga transportasi publik yang baik masih belum ada di Indonesia. Hal tersebut juga semakin benar karena Indonesia yang masih belum memiliki transportasi publik yang nyaman seperti negara Singapura, sehingga membuat tertarik masyarakat Indonesia untuk bepergian ke negara tetangga Singapura untuk mencoba.

Kesamaan lainnya adalah *backpacker* yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang ke negara Singapura kurang termotivasi dan, tertarik bepergian ke negara Singapura karena adanya ketersediaan informasi perjalanan, disebabkan karena negara Singapura hanya memiliki luas 791 Km² lebih besar dari pada kota Surabaya sehingga mudah sekali untuk mengelilingi kota dan mendapat informasi dengan mudah dari masyarakat.

Berdasarkan pengolahan data berdasarkan kelompok usia, faktor motivasi pendorong untuk *backpacker* yang melakukan perjalanan pertama kali maupun berulang sama-sama memiliki motivasi tertinggi terhadap faktor *inquisitiveness*. Usia 17 hingga 22 memiliki motivasi tinggi karena pada usia memiliki keinginan untuk berpetualang untuk mencari jati diri maupun berkeinginan untuk mengetahui sesuatu yang belum mereka ketahui. Usia 23 – 28 tahun dan 34 – 39 tahun lebih menginginkan keinginan untuk berpetualang dengan tujuan rekreasi untuk menghilangkan kepenatan dari pekerjaan sehari-hari.

Kelompok usia 28 – 33 tahun, 40 – 45 tahun, dan kelompok lainnya untuk *backpacker* yang melakukan perjalanan pertama kali termotivasi karena faktor *enhancement*, sedangkan yang melakukan perjalanan berulang termotivasi karena faktor *inquisitiveness*. *Backpacker* yang melakukan perjalanan pertama kali ingin meningkatkan diri melalui menambah pengetahuan, wawasan tentang sesuatu yang belum pernah mereka ketahui, dan pada kelompok usia tersebut secara umum sudah mapan. Sedangkan yang melakukan perjalanan berulang termotivasi karena faktor *inquisitiveness* karena mereka ingin mendapatkan pengalaman yang belum pernah dirasakan

sebelumnya, ingin mengetahui lebih dalam lagi, dan bersantai dari kesibukan sehari-hari.

Tabel 3
Hasil Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Faktor Motivasi Pendorong(*push*) Berdasarkan Rekapitulasi Umur

No	Usia (Tahun)	Faktor Motivasi	Mean	
			<i>First-time</i>	<i>Repeater</i>
Faktor Motivasi Pendorong (<i>push</i>)				
1	17 – 22	<i>Enhancement</i>	4,68	4,71
		<i>Inquisitiveness</i>	5,13	4,72
		<i>Getaway</i>	4,63	4,45
2	23 – 28	<i>Enhancement</i>	5,32	4,97
		<i>Inquisitiveness</i>	5,34	5,31
		<i>Getaway</i>	4,41	4,71
3	28 – 33	<i>Enhancement</i>	5,30	4,90
		<i>Inquisitiveness</i>	5,00	5,18
		<i>Getaway</i>	4,20	4,76
4	34 – 39	<i>Enhancement</i>	5,78	4,88
		<i>Inquisitiveness</i>	5,87	5,25
		<i>Getaway</i>	4,87	4,25
5	40 – 45	<i>Enhancement</i>	5,17	4,42
		<i>Inquisitiveness</i>	4,60	5,35
		<i>Getaway</i>	4,40	4,90
6	Lainnya	<i>Enhancement</i>	4,50	5,92
		<i>Inquisitiveness</i>	4,40	6,00
		<i>Getaway</i>	4,00	4,30

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 22.0

Pada pengolahan data faktor penarik berdasarkan pengelompokan usia ditemui bahwa pada semua kelompok usia kecuali pada kelompok umur 40 – 45 tahun terdapat perbedaan. Pada kelompok usia 17 – 22 tahun, 23 – 28 tahun, 28 – 33 tahun, 34 – 39 tahun, dan kelompok usia lainnya memiliki motivasi ketertarikan terhadap faktor *convenience* pada *backpacker* yang melakukan perjalanan untuk pertama kali dan kedua kali. Berbagai macam fasilitas yang dimiliki negara Singapura, mulai kenyamanan transportasi umum, kemudahan mendapat informasi berbagai macam atraksi wisata dan destinasi wisata, hingga kemudahan aksesibilitas membuat responden tertarik karena kemudahan tersebut, terutama kenyamanan transportasi umum yang memiliki perbedaan dengan yang ada di Indonesia.

Kelompok usia 40 – 45 tahun yang melakukan perjalanan pertama kali memiliki ketertarikan pada semua faktor dengan nilai mean yang sama rata pada semua faktor dimensi. Artinya kelompok usia tersebut tertarik karena semua faktor mulai dari *convenience*, *cultural aspects*, dan *history aspects*. Pada umumnya kelompok usia tersebut memiliki keluarga dan keamanan,

sehingga mereka tertarik untuk bersantai dengan kenyamanan yang ditawarkan atau menghabiskan waktu dengan pasangan, selain itu mereka tertarik untuk menambah wawasan dengan budaya dan sejarah yang ada. Sedangkan yang melakukan perjalanan berulang tertarik pada faktor *convenience*. Karena kenyamanan yang luar biasa mereka dapat menikmati liburan untuk bersantai, dan menghilangkan kepenatan pikiran dari kehidupan sehari-hari dengan berpetualang.

Tabel 4
Hasil Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Faktor Motivasi Penarik(*pull*) Berdasarkan Rekapitulasi Umur

No	Usia (Tahun)	Faktor Motivasi	Mean	
			<i>First-time</i>	<i>Repeater</i>
Faktor Motivasi Penarik (<i>pull</i>)				
1	17 – 22	<i>Convenience</i>	4,86	4,78
		<i>Cultural Aspects</i>	3,74	3,80
		<i>History Aspects</i>	3,36	3,38
2	23 – 28	<i>Convenience</i>	4,96	5,04
		<i>Cultural Aspects</i>	3,74	3,41
		<i>History Aspects</i>	3,57	3,05
3	28 – 33	<i>Convenience</i>	5,25	4,80
		<i>Cultural Aspects</i>	3,12	3,12
		<i>History Aspects</i>	3,40	3,30
4	34 – 39	<i>Convenience</i>	6,00	4,69
		<i>Cultural Aspects</i>	4,67	3,65
		<i>History Aspects</i>	4,67	2,88
5	40 – 45	<i>Convenience</i>	4,00	5,63
		<i>Cultural Aspects</i>	4,00	3,35
		<i>History Aspects</i>	4,00	3,00
6	Lainnya	<i>Convenience</i>	4,25	5,13
		<i>Cultural Aspects</i>	3,40	4,50
		<i>History Aspects</i>	3,50	5,00

Sumber : Hasil olah data dengan SPSS 22.0

Berdasarkan pengolahan data untuk uji beda rata-rata ditemukan, dari 27 pertanyaan yang sudah ditanyakan melalui kuisisioner online dari faktor motivasi pendorong dan penarik hanya didapati satu pertanyaan yang memiliki nilai sig. dibawah 0.05, sedangkan dua puluh enam pertanyaan mendapat nilai sig. diatas 0.05. Jadi kesimpulannya adalah motivasi *backpacker* nusantara yang melakukan perjalanan ke Singapura untuk pertama kali dan berulang memiliki perbedaan motivasi karena tempat baru yang belum pernah dikunjungi. *Backpacker* nusantara yang melakukan perjalanan pertama kali ke Singapura termotivasi karena sesuatu tempat yang belum pernah dikunjungi, karena negara Singapura yang memiliki perbedaan

cukup signifikan daripada kota yang ada di Indonesia, maka mereka termotivasi untuk mengunjungi suatu tempat yang belum pernah dikunjungi.

RINGKASAN DAN REKOMENDASI

Karakteristik responden dari gender pria dan wanita memiliki jumlah yangimbang, didominasi oleh kalangan anak muda yang berusia 17-22 tahun, responden yang memiliki pendidikan akhir SMA/SMK dan S-1 juga mendominasi. Paling banyak responden melakukan perjalanan 1 tahun yang lalu, dan responden yang melakukan perjalanan lebih dari satu kali atau berulang adalah responden terbanyak. Rata-rata responden yang melakukan perjalanan *backpacker* untuk pertama kali ke Singapura yaitu 3.19 hari, sedangkan yang melakukan perjalanan kedua kali selama 2.94 hari, yang melakukan perjalanan ketiga kali selama 3.37 hari, dan yang keempat kali dan selebihnya selama 3.07 hari.

Faktor motivasi pendorong *enhancement* pada *first-time* yang memiliki mean tertinggi adalah “Saya bepergian untuk meningkatkan pengetahuan saya.”, sedangkan pada *repeater* adalah “Saya bepergian untuk melakukan sesuatu yang berarti.”. Dari faktor motivasi pendorong *inquisitiveness* untuk *first-time* yang memiliki mean tertinggi adalah “Saya bepergian karena sesuatu tempat yang belum pernah saya kunjungi.”, dan pada *repeater* adalah “Saya bepergian karena rasa keingin tahuan akan sesuatu yang baru.”. Pada faktor motivasi pendorong *getaway* yang melakukan perjalanan *first-time* memiliki mean tertinggi adalah “Saya bepergian untuk bersantai.” sedangkan pada *repeat* yang tertinggi adalah “Saya bepergian untuk menjernihkan pikiran.”.

Faktor motivasi penarik *convenience* memiliki kesamaan nilai mean tertinggi pada *first-time* dan *repeater* yaitu “Saya bepergian ke Singapura karena kenyamanan transportasi publik.”. Dari faktor motivasi pendorong *cultural aspects* juga memiliki kesamaan nilai mean tertinggi untuk *first-time* dan *repeat* adalah “Saya bepergian ke Singapura untuk mendapat pengalaman dari budaya yang berbeda.”. Pada faktor motivasi pendorong *history aspects* yang melakukan perjalanan *first-time* memiliki mean tertinggi adalah “Saya bepergian ke Singapura karena ketersediaan situs sejarah.” sedangkan pada

repeat yang tertinggi adalah “Saya bepergian ke Singapura karena museum dan galeri seni.”.

Responden yang melakukan perjalanan untuk pertama kali dan berulang sama-sama memiliki motivasi pendorong *inquisitiveness* yang kuat, sedangkan motivasi penarik *convenience* menjadi motivasi terkuat pada perjalanan pertama kali dan berulang. *Backpacker* yang melakukan perjalanan berulang cenderung tinggal lebih lama dari pada perjalanan pertama kali, kecuali pada *backpacker* yang melakukan perjalanan untuk kedua kalinya. Motivasi pendorong memiliki kecenderungan lebih kuat dari pada motivasi penarik untuk mendorong *backpacker* melakukan perjalanan ke Singapura.

Pada hasil pengolahan data berdasarkan kelompok usia, ditemui bahwa faktor motivasi pendorong *inquisitiveness* menjadi pendorong yang kuat pada kelompok usia 17 – 22 tahun, 23 – 28 tahun, dan 34 – 39 tahun, baik yang melakukan perjalanan pertama kali maupun berulang. Kelompok usia 28 – 33 tahun, 40 – 45 tahun, dan lainnya terdorong karena faktor *enhancement* bagi yang melakukan perjalanan pertama kali, sedangkan yang melakukan perjalanan berulang terdorong oleh motivasi *inquisitiveness*.

Hasil pengolahan data berdasarkan pengelompokan usia pada faktor motivasi penarik ditemui bahwa, kelompok usia 17 – 22 tahun, 23 – 28 tahun, 28 – 33 tahun, 34 – 39 tahun, dan kelompok usia lainnya yang melakukan perjalanan pertama kali dan berulang sama tertarik karena faktor *convenience*. Kelompok usia 40 – 45 tahun yang melakukan perjalanan pertama kali termotivasi karena semua faktor motivasi penarik, sedangkan yang melakukan perjalanan berulang lebih tertarik karena faktor *convenience*.

Pada hasil perhitungan uji beda rata-rata atau *t-test* yang telah sudah dilakukan, hanya didapati pada satu faktor motivasi saja yang berbeda, yaitu pada faktor motivasi pendorong *inquisitiveness* “Saya bepergian karena sesuatu tempat yang belum pernah saya kunjungi.” dengan nilai signifikan sebesar 0.003, yang dapat disimpulkan bahwa *backpacker* nusantara yang melakukan perjalanan ke Singapura untuk pertama kali termotivasi untuk mengunjungi tempat yang belum pernah mereka kunjungi, sedangkan yang

melakukan perjalanan berulang tidak termotivasi. Penemuan dari penelitian ini didukung dengan literatur penelitian yang dilakukan oleh Jane *et al.* (2014) sebagai bahan acuan penelitian ini.

Kelemahan dari penelitian ini terdapat pada kriteria responden, dan tidak adanya kepastian untuk ukuran berapa hari minimal bepergian. Responden juga belum teridentifikasi berdasarkan pengelompokan secara geografis. Untuk penelitian berikutnya harus dipastikan kriteria minimal berapa hari bepergian agar sesuai dengan konsep, dan bisa menambahkan hasil pengolahan data pengelompokan secara geografis baik dalam tingkat kota atau provinsi yang ada di Indonesia.

Diharapkan dengan temuan hasil penelitian ini akan menjadi bahan pertimbangan bagi pengelola pariwisata untuk membuat strategi marketing dalam upaya menarik peminat *backpacker* dalam negeri, yang tidak hanya mengunjungi suatu tempat untuk satu kali tapi kembali kesana lagi.

Motivasi kuat untuk bepergian karena suatu tempat yang belum dikunjungi untuk pertama kali, dapat menciptakan ide untuk terus aktif memunculkan dan meeksplorasi tempat dan atraksi wisata yang baru, dengan luasnya Indonesia maka pariwisata Indonesia tidak akan jenuh dengan tempat wisata yang sudah ada.

Motivasi kuat untuk bepergian karena kenyamanan dari tempat wisata tersebut untuk pertama kali dan perjalanan berulang, dapat mendorong pihak pengelola swasta dan pemerintah untuk memperbaiki dan pembangunan infrastruktur tempat wisata di Indonesia seperti, kendaraan umum yang memudahkan wisatawan menjangkau, dan fasilitas umum untuk memenuhi seluruh kebutuhan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alves, S., Abrantes, J.L., Antunes, M.J., Seabra, C., & Herstein, R., 2016, WOM antecedents in backpacker travelers, *Journal of Business Research*, Vol. 69:1851-1856
- Correia, A., do Valle, P. O., & Moço, C. 2007b. Modeling motivations and perceptions of Portuguese tourists, *Journal of Business Research*, Vol.60(1):76–80

- Goeldnes, R dan Ritchie, B, 2012, *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, 12th Edition, John Wiley & Sons.
- Jane, L.S., Wang, T.C., dan Phoebe, Y.H., 2014, Motivations for first-time and repeat backpackers in Shanghai, *Tourism Management Perspective*, Vol. 12:57-61
- Kim, S., Lee, J.S., Kim, M., 2012, How different are first-time attendees from repeat attendees in convention evaluation ?, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31:544-553
- Larsen, S., Øgaard, T., & Brun, W. 2011. Backpackers and mainstreamers: Realities and myths, *Annals of Tourism Research*, Vol.38(2):690–707
- Loker-Murphy, L., Pearce, P. L. 1995. Young budget travelers: Backpackers in Australia, *Annals of Tourism Research*, Vol.22(4):819–843
- Maholtra, K.N., 1993, *Marketing Research An Applied Orientation*, 2nd Edition, Prentice Hall International Inc.
- Maoz, D. 2007. Backpackers' motivations: The role of culture and nationality, *Annals of Tourism Research*, Vol.34(1):122–140
- McIntosh, W dan Goeldnes, R, 1990, *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*, 6th Edition, John Wiley & Sons.
- Schiffman, G, 2004, *Consumer Behavior*, 8th Edition, Pearson Education.
- Shantika, M.P., 2013, Factor Analysis Of Push And Pull Travel Motivations Of Foreign Tourism To Lombok, *Thesis*, Universitas Surabaya.
- Soekadijo, R.G., 1996, *Anatomi Pariwisata*, Gramedia Pustaka Utama , Jakarta.
- Wahid, S.D.M., Aliman, N.K., Hashim, S.H., & Harudin, S., 2015, First-time and Repeat Visitors to Langkawi Island, *Malaysia, Procedia Economics and Finance*, Vol. 35:622 – 631
- Yoeti, O.A., 1997, *Perencanaan & Pengembangan Pariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Yuliani, A.I., 2015, Motivasi Wisatawan Surabaya Untuk Berbagi Pengalaman Wisatawan Di Pulau Bali Melalui Media Sosial, Skripsi, Universitas Surabaya.