

## Karakteristik Dan Motivasi Pengunjung Di Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Desa Adat Jimbaran Kabupaten Badung

Dorlince Jamnip<sup>a,1</sup>, Saptono Nugroho<sup>a,2</sup>, I Gusti Agung Oka Mahagangga<sup>a,3</sup>

<sup>1</sup>lincebikit@gmail.com, <sup>2</sup>[saptono\\_nugroho@unud.ac.id](mailto:saptono_nugroho@unud.ac.id), <sup>3</sup>[okamahagangga@unud.ac.id](mailto:okamahagangga@unud.ac.id)

<sup>a</sup> Program Studi Pariwisata Program Sarjana, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana, Jl. Sri Ratu Mahendradatta Bukit Jimbaran, Badung, Bali

### Abstract

*This study aims to analyze the characteristics and motivations of visitors to the Muaya Beach tourist attraction in Jimbaran Traditional Village, Badung Regency. Muaya Beach is one of Bali's leading coastal tourist destinations, known for its natural beauty, serene atmosphere, and stunning sunsets. However, there are limited academic studies examining who these visitors are and what motivates them to visit. This study used a descriptive quantitative approach, using observation, interviews, questionnaires, documentation, and literature review as data collection techniques. Data analysis was conducted using frequency distribution and a Likert scale.*

*The results show that the majority of Muaya Beach visitors are students aged 15–24, single, come with friends, and reside in Badung. They spend 1–2 hours, use motorbikes, and spend less than Rp 100,000. The primary motivations for visiting are escape (4.62) and strategic location (4.52). These results are expected to serve as a reference for more targeted destination management based on the needs and preferences of visitors to the Muaya Beach tourist attraction*

**Keyword:** Characteristics; Visitor Motivation; Tourist attraction; Muaya Beach

### I. PENDAHULUAN

Pariwisata di indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi utama dengan negara kepulauan tropis, Indonesia memiliki daya tarik alam yang luar biasa, terutama pantai, pegunungan, dan budaya lokal. Keindahan alam Indonesia menjadi alasan kuat bagi wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, untuk berkunjung. Di Indonesia Pulau Bali menjadi ikon pariwisata indonesia karena keunikan budaya, keindahan alam, dan keramahtamahan masyarakatnya, Bali telah lama menjadi magnet wisatawan dari seluruh dunia, baik itu dalam maupun luar negeri. Salah satu kawasan yang terkenal adalah Kabupaten Badung, yang mencakup berbagai destinasi unggulan seperti Jimbaran, Kuta, dan Seminyak.

Kabupaten Badung menyumbang signifikan terhadap pariwisata Bali dengan jumlah kunjungan tertinggi di Bali. Badung menjadi pusat pengembangan pariwisata, didorong oleh dukungan infrastruktur, kemudahan akses, dan berbagai daya tarik wisata alam maupun buatan. Kawasan Jimbaran tidak hanya dikenal dengan resort mewah, villa, atraksi budaya, tetapi juga pantai-pantai yang menjadi salah satu daya tarik wisata alam yang selalu dipadati pengunjung baik hari libur maupun hari biasa salah satunya adalah Pantai Muaya, dengan pemandangan alam yang menakjubkan.

Pantai Muaya adalah salah satu daya tarik wisata alam yang terletak di wilayah desa Adat Jimbaran dan selalu dipadati pengunjung baik hari libur maupun hari biasa karena menawarkan pemandangan alam yang menakjubkan. Jumlah kunjungan wisatawan domestic dan mancanegara ke Pantai Muaya pada tahun 2024 tercatat mencapai sekitar 273.600 ribu orang dengan dominasi kunjungan terjadi pada akhir pekan dan musim

liburan. Tingginya angka kunjungan ini menjadi indikator penting untuk menganalisis siapa saja pengunjung Pantai Muaya dan apa motivasi mereka datang.

Pengamatan awal menunjukkan bahwa pengunjung Pantai Muaya berasal dari berbagai latar belakang usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan pekerjaan dan berasal dari wilayah sekitar dan dari luar. Dalam ulasan Google, Pantai Muaya memperoleh rating 3.9 dari 1.128 ulasan, menunjukkan kepuasan yang cukup baik dari para pengunjung. Namun demikian, belum banyak penelitian yang secara khusus terkait karakteristik dan motivasi pengunjung masih sangat terbatas minimnya studi ilmiah yang secara spesifik membahas karakteristik dan motivasi pengunjung di Pantai Muaya, padahal informasi tersebut padahal informasi tersebut sangat penting dalam pengembangan strategi pengelolaan yang sesuai dengan kebutuhan pengunjung.

Pengunjung merupakan individu yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dengan batas waktu kurang dari 24 jam, artinya, tidak semua pengunjung dapat disebut sebagai wisatawan (Suwena and Widyatmaja, 2010). Apa yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas wisata adalah pertanyaan utama yang harus dijawab. Hal ini pasti sangat terkait dengan motivasi individu untuk bepergian, yang memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan bepergian. Keinginan untuk melakukan perjalanan dipengaruhi oleh banyak stimulus, termasuk yang berasal dari dalam diri seseorang dan yang berasal dari sumber luar. Stimulus eksternal dapat berasal dari iklan, obrolan dengan teman, atau berbagai rangsangan lainnya yang mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam

kegiatan wisata. Sementara itu, stimulus internal muncul ketika seseorang menyadari adanya kekurangan atau kebutuhan dalam kehidupan sehari-hari mereka yang kemudian mendorong keinginan untuk melakukan perjalanan wisata sebagai bentuk pemenuhan psikologis atau emosional. Hal ini sejalan dengan temuan (Keliwar and Nurcahyo, 2015) yang menyatakan bahwa pengunjung terdorong oleh kombinasi faktor pull dan push. Faktor *pull* muncul dari daya tarik wisata yang unik, sedangkan faktor *push* lebih mengarah pada kebutuhan pribadi untuk rekreasi, mengisi waktu luang, dan mencari pengalaman baru. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena Pantai Muaya menjadi salah satu destinasi wisata baru yang banyak diminati wisatawan dengan berbagai karakteristik dan latar belakang yang berbeda-beda sehingga motivasi wisatawan pun bervariasi. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk dilakukan dalam memahami karakteristik faktor *push and pull* dalam melihat motivasi pengunjung.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul "*Motivasi Pengunjung Melakukan Leisure and Recreation di Daya Tarik Wisata Malioboro, Yogyakarta (2021)*", meneliti mengenai motivasi wisatawan saja dalam berkunjung. Adapun relevansinya yaitu penelitian dilakukan menggunakan sumber data primer dan data sekunder.

Penelitian kedua yaitu "*Karakteristik Pengunjung Wisata Bukit Salapar Di Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang (2022)*" meneliti mengenai karakteristik pengunjung di wisata alam Bukit Salapar Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang dengan penggunaan Teknik penentuan sampling yang sama dengan penelitian ini yaitu penentuan sampel *accidental sampling*.

Penelitian yang ketiga yaitu "*Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan Di Kabupaten Buleleng (2022)*" yang meneliti motivasi dan persepsi wisatawan yang mengunjungi objek wisata Pantai Penimbangan di Kabupaten Buleleng yang memiliki relevansi pada teknik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara, kuisioner dan studi dokumentasi.

Sedangkan jurnal "*The changing nature of the cultural tourist: motivations, profiles and experiences of cultural tourists in Budapest (2022)*" meneliti mengenai pengaruh pengalaman, motivasi dan demografi dalam memilih tempat wisata dimana letak relevansinya yaitu pada sumber data yaitu data primer.

Untuk penelitian kelima yang digunakan sebagai referensi yaitu "*Karakteristik dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung di Pantai Kelan, Badung, Bali (2023)*" dimana penelitian ini

dilakukan untuk mengetahui karakteristik wisatawan dalam aspek demografi, dan menentukan motivasi wisatawan dalam aspek intrinsik dan ekstrinsik di Pantai Kelan. Penelitian ini memiliki relevansi pada Teknik pengumpulan data observasi dan kuisioner.

Penelitian referensi keenam yang berjudul "*Demographic Analysis Of Adventure Tourists Visiting Himachal Pradesh: Trends, Preferences, And Motivations (2025)*" yang dilakukan untuk meneliti parameter demografi krusial seperti usia, jenis kelamin, tingkat pendapatan, dan latar belakang pendidikan di antara wisatawan petualangan yang mengunjungi Himachal Pradesh. Relevansi penelitian ini terletak pada sumber data yaitu data sekunder.

Pada penelitian terakhir yaitu "*Push dan Pull Factor Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang (2025)*" yang meneliti mengenai dua faktor menarik tempat wisata dalam memikat wisatawan dan faktor pendorong dari dalam diri wisatawan untuk memilih tempat wisata.

Untuk penelitian ini meneliti mengenai gabungan antara karakteristik, faktor penarik dan pendorong dalam memotivasi wisatawan dalam berkunjung ke Pantai Muaya. Adapun konsep dan teori yang diaplikasikan dalam melakukan penelitian ini yaitu konsep karakteristik pengunjung, Daya Tarik wisata, *leisure and recreation* dan teori motivasi.

Konsep karakteristik pengunjung merujuk pada berbagai atribut atau sifat-sifat individual yang dimiliki oleh seorang wisatawan, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat memengaruhi perilaku mereka dalam memilih, merencanakan, dan menikmati suatu destinasi wisata. Gambaran mengenai wisatawan biasanya dibedakan berdasarkan karakteristik perjalannya (*Trip descriptor*) dan karakteristik wisatawannya (*Tourist descriptor* (Seaton & Bennett 1996) dalam Suwena dan Widyatmaja 2010). Dalam penelitian ini, waktu perjalanan (*Trip descriptor*) menggunakan variabel dan indikator (seperti jarak dari tempat tinggal, durasi melakukan rekreasi, jenis transportasi yang digunakan, sumber informasi, teman perjalanan, dan pengeluaran). Selain itu, untuk mengetahui karakteristik wisatawan digunakan (*Tourist descriptor*) sosio-demografis (jenis kelamin usia, pendidikan, pekerjaan, status pernikahan, demografis (daerah asal)). Variabel dan indikator tersebut dipakai untuk mengetahui karakteristik wisatawan.

Konsep daya tarik wisata terdiri dari tiga jenis yaitu daya Tarik wisata alam, daya Tarik wisata budaya dan daya Tarik wisata minat khusus pada penelitian ini digunakan untuk menentukan jenis daya Tarik wisata Pantai Muaya yaitu daya tarik wisata alam.

Konsep selanjutnya yang digunakan yaitu

konsep *leisure and recreation* dimana *leisure* diartikan sebagai waktu uang yang dimanfaatkan individu untuk melakukan aktivitas untuk memperoleh rasa senang. Menurut Suryasih (2019), *leisure* atau waktu luang merupakan salah satu kebutuhan dasar manusia yang mencerminkan keinginan untuk rehat dari tekanan kehidupan sehari-hari, menikmati waktu pribadi, dan melakukan aktivitas yang memberi rasa puas secara emosional. Sedangkan *Recreation* dapat dipahami sebagai bentuk aktivitas yang dilakukan dalam waktu *leisure* dengan tujuan memperbarui kondisi fisik dan mental. Kegiatan ini mencakup berbagai aktivitas, baik yang bersifat fisik seperti berenang atau menjelajah, maupun sosial seperti bersantai bersama keluarga atau teman dekat (Tapps & Wells, 2024). Sehingga *leisure and recreation* dapat diartikan menjadi pemanfaatan waktu luang yang dimiliki oleh seseorang ataupun sekelompok manusia untuk melakukan kegiatan rekreasi ke suatu tempat (Suryadi and Suryasih, 2018).

Adapun teori yang digunakan yaitu teori motivasi. Motivasi pengunjung merujuk pada dorongan atau alasan yang membuat seseorang tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi wisata. Motivasi ini bisa bersifat internal seperti keinginan relaksasi, petualangan, belajar budaya, maupun eksternal seperti pengaruh sosial dan tren. Motivasi wisatawan tidak terjadi begitu saja tetapi terdapat faktor-faktor yang mempengaruhinya. Motivasi wisatawan dapat dibagi menjadi faktor pendorong dan faktor penarik. Crompton (1979) membagi motivasi wisata menjadi dua kategori utama yakni motivasi *push* dan *pull*. Terdapat faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata (Crompton, 1979) dalam Pitana dan Gayatri (2005) yaitu *escape, relaxation, play, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, educational opportunity, self fulfillment, wish-fulfillment*. Selain faktor pendorong terdapat faktor penarik seseorang untuk melakukan perjalanan. Faktor penarik biasanya berkaitan dengan daya tarik wisata yang dituju oleh seseorang. Faktor penarik motivasi wisatawan menurut Ryan (1991) dalam Pitana dan Gayatri (2005) terdiri dari lokasi, keindahan pemandangan, promosi, harga yang terjangkau, fasilitas yang baik.

## I. METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Pantai Muaya yang berada di Jl Bukit Permai No 5, Desa Adat Jimbaran, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena menjadi salah satu pantai dengan jumlah kunjungan cukup banyak. Letaknya yang dekat dengan pantai Kelan, Pantai Kedonganan, pasar Kedonganan, dengan suasana pantai yang tenang dan pemandangan matahari terbenam yang memukau, membuat Pantai juga memiliki aktivitas

wisata yang cukup beragam.

Pada penelitian ini, digunakan operasional variable yang meliputi *trip descriptor* dan *tourist descriptor*, faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*). Adapun variable dan definisi operasional yaitu sebagai berikut.

**Tabel 2. 1. Karakteristik Pengunjung berdasarkan Trip Descriptor**

| Variabe<br>l                             | Definisi<br>Oprasional   | Kategori   | Skala   |
|--|--|--|---------|
|  | Jarak tempuh dari tempat tinggal                                   | 1. < 1 hari<br>2. 1- 3 hari<br>3. 4-7 hari<br>4. 8 - 24 hari                               | Nominal |
|  | Durasi perjalanan saat berada di Pantai Muaya                      | 1. < 1 Jam<br>2. 1-2 jam<br>3. 2-3 jam<br>4. > jam   | Nominal |
| Karakteristik pengunjung berdasarkan kan | Jenis transportasi yang dipakai saat berkunjung ke Pantai Muaya    | 1. Umum<br>2. Sepeda<br>3. Motor<br>4. Mobil   | Nominal |
| <i>Trip Descriptor</i>                   | Sumber informasi yang didapat sebelum berkunjung ke Pantai Muaya   | 1. Media sosial<br>2. Media cetak<br>3. Saran dari teman                                   | Nominal |
|  | Jumlah pengeluaran pengunjung saat berkunjung di Pantai Muaya      | 1. < Rp. 100.000<br>2. Rp.100.000 -300.000<br>3. Rp.400.000 -700.000<br>4. > Rp. 1.000.000 | Nominal |
|  | Teman perjalanan saat berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pantai Muaya | 1. Sendiri<br>2. Dengan teman<br>3. Dengan pasangan<br>4. Dengan keluarga                  | Nominal |

Sumber: Hasil Analisis Penulis (2025)

**Tabel 2. 2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Tourist Descriptor**

| Variabel | Definisi Oprasional | Kategori                       | Skala   |
|----------|---------------------|--------------------------------|---------|
|          | Jenis kelamin       | 1.Laki-laki<br>2.perempuan     | Nominal |
|          | Usia                | 1.15-24 tahun<br>2.25-34 tahun | Nominal |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <b>Karakteristik pengunjung berdasarkan Tourist Descriptor</b> | 3.35-44 tahun  | 3.35-44 tahun                              |
|  | 4.45-54 tahun  | 4.45-54 tahun                              |
|  | 5.55> tahun  | 5.55> tahun                                |
|  | Status pernikahan  | 1. Lajang/single<br>2. Menikah<br>3. Cerai |
| Tingkat Pendidikan   | 1. SD<br>2. SMP<br>3. SMA/SMK<br>4. Diploma/S1<br>5. S2<br>6. S3                               | Nominal                                    |
|  | 1. PNS<br>2. Pegawai Swasta<br>3. Wiraswasta<br>4. Mahasiswa<br>5. Pelajar<br>6. Tidak bekerja | Nominal                                    |
|  | Pekerjaan  |  |

Sumber: Hasil Analisis Penulis (2025)

**Tabel 2. 3. Motivasi Pengunjung Berdasarkan Faktor Pendorong (Push Factor)**

| Variabel   | Sub Variabel Dimensi         | Indikator  | Skala  | No |
|--|------------------------------|--|--------|----|
| <b>Motivasi pengunjung berdasarkan push factor</b> | <i>escape</i>                | Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemuhan, atau kejemuhan dari pekerjaan sehari-hari.  | likert | 1  |
|  | <i>Relaxation</i>            | Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran kejemuhan rutinitas sehari-hari.   | likert | 2  |
|  | <i>Play</i>                  | Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan. Yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius. | likert | 3  |
|  | <i>Strength family bonds</i> | Ingin mempertuat hubungan  | likert | 4  |

|   |   |
|---|---|
| <b>karakteristik pengunjung berdasarkan push factor</b> | kekerabatan dan kebersamaan antar anggota keluarga.   |
| <i>prestige</i>   | Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup  |
| <i>Social interaction</i>                               | Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat, atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.  |
| <i>Motivasi pengunjung berdasarkan push factor</i>      |   |
| <i>Romance</i>  | Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantic.   |
| <i>Educational Opportunity</i>                          | Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain dan/atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain.                    |
| <i>Self-fulfillment</i>                                 | Keinginan untuk menemukan diri sendiri ( <i>selfdiscovery</i> ).  |
| <i>Wish-fulfillment</i>                                 | Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicitacitakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat, agar bisa melakukan perjalanan |

Sumber: Hasil Analisis Penulis(2025)

**Tabel 2. 4. Motivasi Pengunjung Berdasarkan Faktor Penarik (Pull Factor)**

| Variabel                                    | Sub Variabe l Dimensi               | Indikator   | Sk ala  | N o |
|---|-------------------------------------|---|---------|-----|
| Motivasi pengunjung berdasarkan pull factor | Lokasi Location                     | Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan, atau kejemuhan dari pekerjaan sehari-hari.   | Lik er特 | 1   |
|   | Keindahan pemandangan Aesthetic     | Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran kejemuhan rutinitas sehari-hari.  | Lik er特 | 2   |
|   | Promosi Promotion                   | Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan. Yang merupakan pemunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan, dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius | Lik er特 | 3   |
|   | Harga yang terjangkau Affordability | Ingin mempererat hubungan kekerabatan dan kebersamaan antar anggota keluarga  | Lik er特 | 4   |
|   | Fasilitas yang baik Good Facilities | Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup  | Lik er特 | 5   |

Sumber: Hasil Analisis Penulis(2025)

Penelitian ini menggunakan jenis data kualitatif dalam menjabarkan hasil penelitian dalam tulisan dan kalimat dan data kuantitatif dalam perhitungan kuesioner skala likert. Adapun Teknik pengumpulan data secara observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi serta studi kepustakaan. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*

*sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini sampel adalah sebagian pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya dengan rumus :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N^2}{4(Moe)^2} \\ &= \frac{(1,96)^2}{4(0,1)^2} \\ &= 96 \end{aligned}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam menentukan sampel (95%)

Moe = Margin of error yaitu tingkat kesalahan yang masih bisa ditolerir (ditentukan 10%).

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui, jumlah sampel sebesar 96 responden. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang dibulatkan sebanyak 100 orang pengunjung yang sedang berkunjung atau yang sudah pernah berkunjung ke daya tarik wisata Pantai Muaya, Desa Adat Jimbaran, Kabupaten Badung. Penetapan ini bertujuan agar data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang cukup representatif terhadap populasi penelitian.

Untuk menganalisis motivasi pengunjung dalam penelitian ini, untuk menentukan skala jawaban yaitu menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) dalam (Satria and Imam, 2024), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk menganalisis motivasi pengujung dalam penelitian ini, untuk menentukan skala jawaban yaitu menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) dalam (Satria and Imam, 2024) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian ini, Teknik analisis data yang diaplikasikan berupa deskriptif kuantitatif menggunakan distribusi frekuensi dan skala likert. Kemudian, untuk menganalisis motivasi pengujung dalam penelitian ini, untuk menentukan skala jawaban yaitu menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2019:146) dalam (Satria and Imam, 2024) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan

sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. skala likert. Adapun dasar pengukurannya adalah dengan pemberian skor sebagai berikut:

1. Jawaban sangat tidak setuju diberi bobot 1
2. Jawaban tidak setuju diberi bobot 2
3. Jawaban netral diberi bobot 3
4. Jawaban setuju diberi bobot 4
5. Jawaban sangat setuju diberi bobot 5

Kemudian skor jawaban yang diperoleh akan dijumlahkan sesuai dengan dimensi variabelnya dengan kategori nilai yang diberikan,satu nilai untuk nilai yang paling rendah dan lima untuk nilai yang paling tinggi. Skor jawaban dari masing-masing pertanyaan akan dijumlahkan kemudian dibagi dengan jumlah responden,sehingga memperoleh rata-rata. Untuk mengetahui rentang interval digunakan sebagai cara berikut:

$$\frac{\text{Nilai paling tinggi} - \text{Nilai paling rendah}}{\text{Jumlah kategori}} = \text{selisih nilai}$$

$$\frac{5 - 1}{5} = 0,80$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka,dapat diketahui bahwa rentang kelas interval adalah 0,8. Sehingga dapat digunakan skala likert untuk menganalisis jawaban responden yang terdapat pada tabel berikut:

**Tabel 2. 5. Tanggapan Responden Skala Likert**

| No | Kriteria<br>Tanggapan  | Skor | Skala<br>Interval |
|----|------------------------|------|-------------------|
| 1. | Sangat setuju          | 5    | 4,21 – 5,00       |
| 2. | Setuju                 | 4    | 3,41 – 4,20       |
| 3. | Netral                 | 3    | 2,61 – 3,40       |
| 4. | Tidak setuju           | 2    | 1,81 – 2,60       |
| 5. | Sangat tidak<br>setuju | 1    | 1,00 – 1,80       |

Sumber: Hasil Modifikasi Skala Likert (Y, Slamet, 1993: 19) dalam (Sudarma,2009)

Untuk total jumlah responden yang memilih akan dikalikan dengan pilihan angka skor skala likert.

$$T \times P_n$$

T = Total jumlah responden yang memilih

Pn = Pilihan angka skor likert

1. Responden yang menjawab sangat setuju akan dikalikan dengan skor 5
2. Responden yang menjawab setuju akan dikalikan dengan skor 4
3. Responden yang menjawab netral akan dikalikan dengan skor 3
4. Responden yang menjawab tidak setuju akan dikalikan dengan skor 2
5. Responden yang menjawab sangat tidak setuju akan dikalikan dengan skor 1

Skor dari jawaban diatas masing-masing pertanyaan akan dijumlahkan kemudian dibagi dengan jumlah responden,sehingga dapat diperoleh nilai rata rata.

## II.HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, karakteristik pengunjung ditentukan dengan berdasarkan beberapa kategori yaitu sebagai berikut.

### *Trip descriptor*

Penelitian ini menggunakan *trip descriptor* yang merupakan pembagian wisatawan berdasarkan jenis perjalannya yang meliputi jarak tempuh, durasi perjalanan, transportasi, teman perjalanan,pengeluaran dan lain-lain (Suwena and Widyatmaja, 2010) sebagai alat untuk mengetahui karakteristik pengunjung Daya Tarik wisata Pantai Muaya. Tabel karakteristik pengunjung berdasarkan trip descriptor sebagai berikut.

### a. Jarak Tempuh

Berdasarkan jawaban pengunjung hasil presentase dapat dikatakan bahwa hal ini selaras dengan karakteristik pengunjung berdasarkan tempat tinggal yang mayoritas pengunjungnya yang tinggal dikabupaten Badung dan umumnya berasal dari bali sendiri dan adapun dari luar bali yang hanya tinggal sementara seperti kuliah,kerja, dan ataupun berasal dari daerah Badung sendiri. Sehingga dapat disimpulkan waktu yang dibutuhkan untuk jarak tempuh kurang dari 1 hari.

**Tabel 3. 1. Karakteristik Pengunjung daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Jarak Tempuh**

| No           | Jarak Yang<br>Ditempuh | Frekuensi | Presentase |
|--------------|------------------------|-----------|------------|
| 1.           | <1 hari                | 98        | 98%        |
| 2.           | 1-3 hari               | 0         | 0%         |
| 3.           | 4-7 hari               | 2         | 2%         |
| 4.           | 8-28 hari              | 0         | 0%         |
| <b>TOTAL</b> |                        | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

### b. Durasi

Berdasarkan hasil data presentase jawaban para pengunjung dapat dikatakan bahwa 1-2 jam merupakan waktu yang paling dipilih oleh pengunjung Pantai Muaya, biasanya waktu yang dihabiskan pengujung untuk aktivitas sangat bervariasi seperti bersantai, berenang, naik kuda, berburu jajanan pedagang kaki lima seperti jagung bakar,bakso,lumpia, berolahraga, menikmati kuliner seafood di deretan restoran yang ada sekitaran pantai muaya, atau hanya sekedar bersantai di tepi pantai sambil melihat matahari terbenam.

**Tabel 3. 2. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Durasi Waktu Saat Berada di Pantai Muaya**

| No | Durasi Waktu | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------|-----------|------------|
| 1. | < 1 Jam      | 17        | 17%        |
| 2. | 1-2 Jam      | 53        | 53%        |
| 3. | 3-4 Jam      | 30        | 30%        |
| 4. | 4> Jam       | 0         | 0%         |
|    | <b>Total</b> | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### c. Transportasi

Berdasarkan hasil presentase pengunjung tersebut dapat dikatakan bahwa menggunakan motor dapat disimpulkan sangat efektif karena jalan raya di bali akhir-akhir ini dapat katakan sangat macet khususnya pada sore hari dan hari libur sabtu dan minggu. Apalagi parkiran yang sering dibahu jalan sering mengakibatkan kemacetan parah di kawasan Daya Tarik Wisata Pantai Muaya.

**Tabel 3. 3. Karakteristik Pengunjung Berdasarkan Transportasi**

| No | Jenis Transportasi | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1. | Umum               | 9         | 9%         |
| 2. | Sepeda             | 2         | 2%         |
| 3. | Motor              | 85        | 85%        |
| 4. | Mobil              | 4         | 4%         |
|    | <b>TOTAL</b>       | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### d. Sumber Informasi

Berdasarkan hasil, dapat diketahui Pantai Muaya merupakan salah satu daya tarik wisata alam berupa pantai yang lebih banyak dikethui pengunjung dari rekomendasi teman.

**Tabel 3. 4. Karakteristik Pengunjung Pantai Muaya Berdasarkan Sumber Informasi**

| No | Sumber Informasi       | Frekuensi | Presentase |
|----|------------------------|-----------|------------|
| 1. | Media Sosial           | 40        | 40%        |
| 2. | Media Cetak            | 0         | 0%         |
| 3. | Rekomendasi dari Teman | 60        | 60%        |
|    | <b>TOTAL</b>           | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### e. Jumlah Pengeluaran

Berdasarkan jawaban pengunjung hasil presentase diatas dapat dikatakan bahwa mayoritas pengunjung Pantai Muaya, khususnya kalangan mahasiswa, memiliki pengeluaran yang relatif rendah dan belum memiliki pekerjaan tetap sehingga berpengaruh pada jumlah pengeluaran, dibandingkan dengan yang sudah memiliki keluarga maupun yang sudah memiliki pekerjaan sehingga dapat memungkinkan memiliki jumlah pengeluaran relatif tinggi.

**Tabel 3. 5. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Jumlah Pengeluaran**

| No | Jumlah Pengeluaran | Frekuensi | Presentase |
|----|--------------------|-----------|------------|
| 1. | < Rp 100.000       | 82        | 82%        |
| 2. | Rp 100.000-300.000 | 16        | 16%        |
| 3. | Rp 400.000-700.000 | 2         | 2%         |
| 4. | >Rp 1.000.000      | 0         | 0%         |
|    | <b>TOTAL</b>       | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### f. Teman Perjalanan

Berdasarkan jawaban pengunjung hasil presentase diatas dapat disimpulkan bahwa teman perjalanan pengunjung dengan teman di Daya tarik wisata pantai Muaya. Hal ini menunjukkan bahwa pengunjung lebih memilih untuk berkunjung bersama teman-teman biar lebih ramai, yang dapat meningkatkan pengalaman sosial dan kesenangan selama berada di pantai. Hal ini sejalan dengan indikator sumber informasi yang didapatkan oleh pengunjung saat berkunjung ke Pantai Muaya dengan jumlah skor terbanyak merupakan rekomendasi dari teman.

**Tabel 3. 6. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Teman Perjalanan**

| No | Teman Perjalanan | Frekuensi | Presentase |
|----|------------------|-----------|------------|
| 1  | Sendiri          | 5         | 5%         |
| 2  | Dengan teman     | 72        | 72%        |
| 3  | Dengan keluarga  | 10        | 10%        |
| 4  | Dengan pasangan  | 13        | 13%        |
|    | <b>TOTAL</b>     | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### Tourist Descriptor

Karakteristik wisatawan (*tourist descriptor*) lebih memfokuskan pada wisatawannya, biasanya digambarkan dengan *who, wants, what, why, when, where and how much* (Seaton & Bennett, 1996) dalam Suwena dan Widyatmaja 2010).

#### a. Karakteristik Geografis Pengunjung

Berdasarkan jawaban pengunjung, hasil presentase dapat disimpulkan bahwa tempat tinggal pengunjung Daya tarik wisata pantai Muaya merupakan mayoritas masyarakat yang berdomisili di Bali terutama di Kabupaten Badung. Dapat dikatakan juga bahwa Daya Tarik Wisata Pantai Muaya memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak menarik minat

pengunjung yang berasal dari dalam pulau Bali sendiri maupun dari luar kota.

**Tabel 3. 7. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Pantai Muaya Berdasarkan tempat Tinggal**

| No           | Tempat Tinggal | Frekuensi | Presentase |
|--------------|----------------|-----------|------------|
| 1            | Badung         | 62        | 62%        |
| 2            | Denpasar       | 34        | 34%        |
| 3            | Jakarta        | 1         | 1%         |
| 4            | Jawa Timur     | 1         | 1%         |
| 5            | Papua          | 2         | 2%         |
| <b>TOTAL</b> |                | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### b. Karakteristik Sosio Demografis Pengunjung

Karakteristik Sosio-Demografis pada penelitian ini dapat dijabarkan menjadi beberapa aspek yaitu sebagai berikut.

##### Jenis Kelamin

Dari hasil penelitian disimpulkan bahwa Daya tarik wisata pantai Muaya sangat diminati oleh perempuan karena kebanyakan yang berkunjung kesana biasanya perempuan dengan teman-teman mereka.

**Tabel 3. 8. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No           | Jenis Kelamin | Frekuensi | Presentase |
|--------------|---------------|-----------|------------|
| 1.           | Laki-laki     | 34        | 34%        |
| 2.           | Perempuan     | 66        | 66%        |
| <b>TOTAL</b> |               | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

##### Umur

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Daya tarik wisata pantai Muaya lebih banyak dikunjungi oleh pengunjung umur 15-24 tahun yang mayoritasnya mahasiswa dan pelajar yang memiliki banyak waktu luang untuk ke Pantai Muaya, dibandingkan dengan pengujung yang sudah lebih umurnya dan tidak banyak memiliki waktu luang untuk ke pantai muaya karena sudah memiliki pekerjaan dan tidak sempat meluangkan waktunya untuk rekreasi ke pantai Muaya.

**Tabel 3. 9. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Umur**

| No           | Umur        | Frekuensi | Presentase |
|--------------|-------------|-----------|------------|
| 1            | 15-24 Tahun | 78        | 78%        |
| 2            | 25-34 Tahun | 18        | 18%        |
| 3            | 35-44 Tahun | 4         | 4%         |
| 4            | 45-54 Tahun | 0         | 0%         |
| 5            | 55> Tahun   | 0         | 0%         |
| <b>TOTAL</b> |             | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

##### Status Perkawinan

Presentase terbesar Daya tarik wisata Pantai Muaya berdasarkan status perkawinan adalah lajang dengan presentase (93%) dan presentase terkecil Daya Tarik Wisata Pantai Muaya pengunjung berdasarkan status perkawinan adalah cerai dengan presentase (0%).

**Tabel 3. 10. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Status Perkawinan**

| No.          | Status Perkawinan | Frekuensi | Presentase |
|--------------|-------------------|-----------|------------|
| 1.           | Lajang            | 93        | 93%        |
| 2.           | Menikah           | 7         | 7%         |
| 3.           | Cerai             | 0         | 0%         |
| <b>TOTAL</b> |                   | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

##### Tingkat Pendidikan

Hasil kuesioner menunjukkan presentase terbesar Daya tarik wisata pantai Muaya berdasarkan tingkat pendidikan adalah Diploma/S1 dengan presentase (57%) dan presentase terkecil Daya Tarik Wisata Pantai Muaya pengunjung berdasarkan tingkat pendidikan adalah SD, SMP, S2 dan S3 dengan presentase yang sama - sama memiliki (0%).

**Tabel 3. 11. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

| No           | Tingkat Pendidikan | Frekuensi | Presentase |
|--------------|--------------------|-----------|------------|
| 1            | SD                 | 0         | 0%         |
| 2            | SMP                | 0         | 0%         |
| 3            | SMA                | 43        | 43%        |
| 4            | Diploma/S1         | 57        | 57%        |
| 5            | S2                 | 0         | 0%         |
| 6            | S3                 | 0         | 0%         |
| <b>TOTAL</b> |                    | 100       | 100%       |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

##### Pekerjaan

Berdasarkan pekerjaan, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa merupakan pengunjung terbesar dengan presentase (67%) dan presentase terkecil daya tarik wisata pantai muaya pengunjung berdasarkan pekerjaan adalah tidak bekerja dengan presentase (2%).

**Tabel 3. 12. Karakteristik Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Berdasarkan Pekerjaan**

| No | Pekerjaan      | Frekuensi | Presentase |
|----|----------------|-----------|------------|
| 1  | PNS            | 5         | 5%         |
| 2  | Wiraswasta     | 6         | 6%         |
| 3  | Pegawai Swasta | 13        | 13%        |

|              |               |     |      |
|--------------|---------------|-----|------|
| <b>4</b>     | Mahasiswa     | 67  | 67%  |
| <b>5</b>     | Pelajar       | 7   | 7%   |
| <b>6</b>     | Tidak Bekerja | 2   | 2%   |
| <b>TOTAL</b> |               | 100 | 100% |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

### Motivasi Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya

Pada penelitian ini, tolak ukur motivasi pengunjung digolongkan menjadi dua yaitu faktor pendorong (*push factor*) dan faktor penarik (*pull factor*).

#### Faktor Pendorong (*Push Factor*)

Dapat disimpulkan bahwa motivasi pengujung daya tarik wisata pantai muaya ditinjau dari *push factor* yang memiliki skor pada setiap indikator yang berbeda-beda. Skor pada setiap indikator adalah *escape* dengan skor 4,62 , pada indikator *relaxation* dengan skor 4,57 , pada indikator *play* dengan skor 4,03 , pada indikator *strengthening family bonds* dengan skor 3,62 , pada indikator *prestige* dengan skor 1,94 , pada indikator *social interaction* dengan skor 3,84 , pada indikator *romance* dengan skor 3,78 , pada indikator *educational opportunity* dengan skor 3,75 , pada indikator *self-fullfillment* dengan skor 3,62 , dan pada indikator yang terakhir *wish fullfillment* dengan skor 3,57.

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

#### Faktor Penarik (*Pull Factor*)

Dapat disimpulkan bahwa motivasi pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya yang ditinjau dari faktor penarik (*Pull Factor*) paling dominan adalah *Affordable* dengan skor 4,64 yang sebagian pengunjung termotivasi untuk datang ke daya tarik wisata pantai muaya merupakan kalangan mahasiswa bahwa pantai muaya menawarkan biaya yang sesuai dengan kantong para pengunjung seperti transportasi,dan tidak adanya tiket masuk,kemudian ada berbagai macam jajanan pedagang kaki lima yang harganya sesuai dengan kantong mahasiswa yang berkunjung ke pantai muaya untuk bersantai dan menikmati ketenangan suasana ombak yang tenang dan matahari terbenam yang memukau. Kemudian indikator tertinggi lainnya yaitu *location* dengan skor 4,52 dan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa pengunjung daya tarik wisata pantai muaya lebih dominan memilih lokasi daya tarik wisata yang mudah diakses dan terjangkau menjadi salah satu alasan kuat bagi pengunjung dalam memilih destinasi ini. Aksesibilitas yang baik serta jarak yang tidak terlalu jauh dari pusat aktivitas masyarakat, khususnya bagi wisatawan lokal maupun mahasiswa yang berdomisili di sekitar wilayah Badung dan Denpasar, menjadikan Pantai Muaya sebagai pilihan yang praktis untuk dikunjungi. Adapun skor tertinggi lainnya yaitu *Aesthetic* dengan skor 4,47 sehingga dapat disimpulkan juga bahwa keindahan daya tarik wisata dapat menarik pengujung karena pemandangan yang indah. Hal ini dengan sejalan dengan keindahan matahari terbenam yang memukau serta pantai dengan pasir putih serta ombak yang tenang dengan suasana pantai yang tenang menjadikan pantai ini paling banyak dikunjungi kalangan mahasiswa sehabis pulang dari kampus, weekend,ataupun pada hari libur.

**Tabel 3. 13. Motivasi Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Ditinjau dari Push Factor**

| Indikator                 | Skala Sikap |    |    |    |             |     |             |               |
|---------------------------|-------------|----|----|----|-------------|-----|-------------|---------------|
|                           | SS          | S  | N  | TS | S<br>T<br>S | Jlh | Rata - rata | Ket           |
| <i>Escape</i>             | 67          | 29 | 3  | 1  | -           | 462 | 4,62        | Sangat Setuju |
| <i>Relaxation</i>         | 61          | 36 | 2  | 1  | -           | 457 | 4,57        | Sangat Setuju |
| <i>Play</i>               | 21          | 62 | 16 | 1  | -           | 403 | 4,03        | Setuju        |
| <i>Family bonding</i>     | 16          | 43 | 28 | 11 | 2           | 362 | 3,62        | Setuju        |
| <i>Prestige</i>           | 2           | 12 | 10 | 30 | 46          | 194 | 1,94        | Tidak Setuju  |
| <i>Social interaction</i> | 15          | 60 | 20 | 4  | 1           | 384 | 3,84        | Setuju        |
| <i>Romance</i>            | 22          | 44 | 25 | 8  | 1           | 378 | 3,78        | Setuju        |
| <i>Education</i>          | 15          | 56 | 21 | 5  | 3           | 375 | 3,75        | Setuju        |
| <i>Self-fullfillment</i>  | 18          | 38 | 34 | 8  | 2           | 362 | 3,62        | Setuju        |
| <i>Wish fullfillment</i>  | 14          | 51 | 20 | 8  | 7           | 357 | 3,57        | Setuju        |

**Tabel 3. 14. Motivasi Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya Dari Motivasi Pull Factor**

| Indikator              | Skala Sikap |    |    |    |    |     |      |               |
|------------------------|-------------|----|----|----|----|-----|------|---------------|
|                        | SS          | SS | SS | SS | SS | SS  | SS   | SS            |
| <i>Location</i>        | 63          | 26 | 11 | -  | -  | 452 | 4,52 | Sangat Setuju |
| <i>Aesthetic</i>       | 54          | 39 | 7  | -  | -  | 447 | 4,47 | Sangat Setuju |
| <i>Promotion</i>       | 15          | 37 | 26 | 13 | 9  | 336 | 3,36 | Cukup Setuju  |
| <i>Affordable</i>      | 70          | 24 | 6  | -  | -  | 464 | 4,64 | Sangat Setuju |
| <i>Good facilities</i> | 20          | 37 | 24 | 8  | 11 | 347 | 3,47 | Setuju        |

Sumber : Hasil Analisis Penulis (2025)

### Analisis Keterkaitan Antara Karakteristik dan Motivasi Pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya

Karakteristik dan motivasi pengunjung memiliki dua hal yang saling keterkaitan. Pada hasil

penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya terdapat beberapa keterkaitan antara karakteristik dan motivasi pengunjung Pantai Muaya. Para pengunjung dengan karakteristik jarak tempuh kurang dari satu hari merupakan pengunjung Daya Tarik Wisata Pantai Muaya yang mayoritas pengunjungnya tinggal di Kabupaten yang umumnya berasal dari bali maupun luar bali. Mereka memiliki motivasi untuk ke Pantai Muaya adalah *escape* yaitu melepaskan diri dari rutinitas pekerjaan sehari-hari yang membosankan, karena jarak tempuh untuk ke Pantai Muaya dengan tempat tinggal mereka dekat dan lokasinya mudah dijangkau.

Kemudian karakteristik pengunjung berdasarkan durasi saat berada di Pantai Muaya adalah satu sampai dua jam memiliki motivasi *aesthetic* karena mereka ke Pantai Muaya untuk melakukan aktivitas wisata yang menurut mereka memiliki keindahan pemandangan dan juga beragam aktivitas daya tarik wisata yang bisa dilakukan di Pantai Muaya. Para pengunjung yang memiliki karakteristik pengunjung berdasarkan transportasi yang digunakan adalah motor memiliki motivasi untuk berkunjung *facilities* karena mereka lebih cenderung memilih tempat parkir mudah dan praktis. Karakteristik pengunjung berdasarkan sumber informasi adalah rekomendasi dari teman memiliki motivasi *educational opportunity* karena menginginkan sesuatu yang baru, ingin mempelajari sesuatu yang baru. Kemudian karakteristik pengunjung berdasarkan jumlah pengeluaran adalah kurang dari seratus memiliki motivasi berkunjung *affordable* pengunjung dengan usia muda juga sangat memilih dalam hal harga. Mereka lebih cenderung memilih daya tarik wisata dengan biaya yang relatif murah.

Kemudian untuk para pengunjung dengan karakteristik teman perjalanan adalah dengan teman memiliki motivasi berkunjung *strengthening family bonds* karena menginginkan suasana kumpul bersama teman untuk berbincang mempererat hubungan kekerabatan serta bersantai dalam melakukan aktivitas wisatanya. Sedangkan berdasarkan karakteristik teman perjalanan bersama pasangan, maka motivasi mereka ke Pantai Muaya adalah *romance* karena ingin memiliki suasana yang romantis untuk melakukan aktivitas wisata di Pantai Muaya. Pengunjung yang sudah memiliki pekerjaan tetap dan yang belum, banyak yang memilih sangat setuju pada indikator motivasi *escape* dikarenakan mereka ingin melepas diri dari kejemuhan pekerjaan sehari-hari. Dengan berkunjung ke Pantai Muaya dengan teman perjalanan masing-masing membuat pikiran lebih tenang dan sejenak akan lupa dengan masalah pekerjaan yang sebelumnya dipikirkan. Pengunjung yang sudah memiliki perkerjaan tetap lebih memilih berada di Pantai Muaya dengan durasi

yang lebih singkat daripada mahasiswa yang memiliki lebih banyak waktu luang. Berbeda apabila perjalanan dilakukan sendiri. Motivasi berkunjung adalah *self-fullfilment* adalah mereka ingin *me time* dan menemukan jati diri tanpa diganggu oleh siapapun. Sehingga tak jarang dari mereka berkunjung ke daya tarik wisata didasarkan dengan keiginan untuk mempelajari sesuatu yang baru dari orang lain, melihat sesuatu yang baru serta mengetahui budaya etnis lain. Namun, dari semua latar belakang dan usia, kebanyakan dari mereka para pengunjung memiliki motivasi berkunjung karena aktivitas wisata yang ramah dikantong dan lokasinya yang strategis mudah dijangkau serta berkunjung untuk melepas diri dari rutinitas sehari-hari dan rekuperasi atau penyegaran kembali.

### III. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa karakteristik pengunjung *trip descriptor* memperoleh hasil analisis data bahwa lebih dari (98%) pengunjung memiliki jarak tempuh kurang dari satu hari. Waktu yang dihabiskan pengunjung 1-2 jam untuk melakukan aktivitas wisata di Pantai Muaya mendapatkan skor tertinggi (53%). Pengunjung menggunakan transportasi sepeda motor untuk berkunjung ke Pantai Muaya mendapatkan skor tertinggi yaitu (85%). Sumber informasi dari rekomendasi teman dengan skor tertinggi (60%). Kurang dari 100.000 merupakan jumlah pengeluaran tertinggi pengunjung saat berada di Pantai Muaya dengan skor tertinggi (82%). Dengan teman merupakan teman perjalanan pengunjung mendapatkan skor tertinggi yaitu (72%). Pengunjung *tourist descriptor* dapat dikelompokan menurut karakteristik pengunjung dan geografis yang berasal dari kabupaten Badung memiliki jumlah terbanyak dengan nilai (62%). Pengunjung berdasarkan jenis kelamin memiliki hasil lebih dominan perempuan dengan nilai (66%) dan laki-laki dengan hasil (34%). Berdasarkan umur. Selain itu, motivasi pengunjung daya tarik wisata pantai Muaya cukup bervariasi.

Selain itu, pengunjung pantai muaya memiliki motivasi yaitu *push factor* dan *pull factor*. Pada motivasi pengunjung *push factor* terdapat nilai tertinggi pada indikator yaitu escape dengan skor 4,62 dan Terdapat juga nilai terendah pada indikator prestige dengan skor 1,94. Sementara itu, pada motivasi pengunjung *pull factor* terdapat nilai tertinggi pada indikator *location* dengan skor 4,52 dan nilai terendah motivasi pengunjung terdapat pada indikator promotion dengan skor 3,36.

### DAFTAR PUSTAKA/REFERENSI

Connell, J. (2013). Contemporary medical tourism: Conceptualisation, culture and

- commodification. *Tourism management*, 34, 1-13.'
- Crompton, J.L. (1979) 'Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research', *Annals of Tourism Research*, 6(4), pp. 408-424. Available at: [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5). (<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738379900045>).
- 'DEMOGRAPHIC ANALYSIS OF ADVENTURE TOURISTS VISITING HIMACHAL' (2025), 8(1), pp. 44-55.
- Dewi, K. and Adikampana, I.M. (2023) 'Karakteristik dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung di Pantai Kelan, Badung, Bali', 11(2), pp. 227-233.
- Febrianto, I.G.A., Anggani, M.F. and Utama, I.P. (2025) 'Push dan Pull Factor Motivasi Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Lebakmuncang', 7(4), pp. 2409-2419.
- Hikmah, J. (2020) 'Paradigm', *Computer Graphics Forum*, 39(1), pp. 672-673. Available at: <https://doi.org/10.1111/cgf.13898>.
- Indies, W. (1977) 'Anomie , Ego-Enhancement and Tourism', *Annals of Tourism Research*, 4(4), pp. 184-194.
- Iso-Ahola, S.E. (1980) *The social psychology of leisure and recreation, Social Psychology*. Available at: <http://www.getcited.org/pub/101983219>.
- Kay Smith, M. et al. (2022) 'The changing nature of the cultural tourist: motivations, profiles and experiences of cultural tourists in Budapest', *Journal of Tourism and Cultural Change*, 20(1-2), pp. 1-19. Available at: <https://doi.org/10.1080/14766825.2021.1898626>.
- Keliwar, S. and Nurcahyo, A. (2015) 'Jurnal Manajemen Resort dan Leisure Vol. 12, No. 2, Oktober 2015 MOTIVASI DAN PERSEPSI PENGUNJUNG TERHADAP OBYEK WISATA DESA BUDAYA PAMPANG DI SAMARINDA', *Jurnal Manajemen resort*, 12(2), pp. 10-27.
- Kumala, A.P. and Haes, P.E. (2021) 'Pengembangan Potensi Wisata di Pantai Sempangan Desa Adat Jimbaran', *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(01), pp. 25-35. Available at: <https://doi.org/10.32509/am.v4i1.1351>.
- Luh Putu Pusparini, Putu Agus Prayogi and Ni Wayan Mekarini (2022) 'Motivasi Dan Persepsi Wisatawan Yang Berkunjung Ke Daya Tarik Wisata Pantai Penimbangan Di Kabupaten Buleleng', *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2(1), pp. 41-51. Available at: <https://doi.org/10.51713/jotis.v2i1.68>.
- Mularsari, A. and Farika, A. (2022) 'Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Bidang Jasa Pelayanan Hotel Rooseno Plaza Jakarta Di Masa New Normal Era', *Turn Journal*, 2(April), pp. 17-30.
- Neuendorf, K.A. (no date) *The Content Analysis Guidebook Second Edition*.
- Satria, R. and Imam, D.C. (2024) 'Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022', *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), pp. 5490-5500. Available at: <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>.
- Seaton, A. V. and Bennett, M.M. (1996) 'Marketing Tourism Products', *International Thomson Business Press*, pp. 1-540.
- Siahaan, S., Wulandari, R.S. and Nila, E. (2022) 'Karakteristik Pengunjung Wisata Bukit Salapar Di Desa Cipta Karya Kecamatan Sungai Betung Kabupaten Bengkayang', *Jurnal Hutan Lestari*, 10(4), p. 813. Available at: <https://doi.org/10.26418/jhl.v10i4.53635>.
- Sudarma, M. (2009) 'Presepsi Wisatawan Terhadap Efektifitas E-Kios Destinasi Pariwisata Bali', *Teknologi Elektro*, 8(1), pp. 84-90.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, P.S.. (2008) 'Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern', p. 82.
- Suryadi, T.N. and Suryasih, I.A. (2018) 'Pemanfaatan Taman Kota Lumintang Sebagai Aktifitas Leisure And Recreation Bagi Remaja Kota Denpasar', *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 6(1), p. 85. Available at: <https://doi.org/10.24843/jdepar.2018.v06.i01.p13>.
- Suryasih, I.A.P. (2019). (no date) *Psikologi Pariwisata: Studi tentang Motivasi dan Perilaku Wisatawan Denpasar: CV Bali Media Adhikarsa*.
- Suwena, I.K. and Widyatmaja, I.G.N. (2010) *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*.
- Suwena, I. K. & Yasa, I. N. M. (2022). *Dampak Pandemi COVID-19 terhadap Aktivitas Pariwisata di Pantai Muaya, Jimbaran*. Jurnal Ilmiah Pariwisata, 27(1), 15-26.
- Widiandari, N.K.O.A. and Nugroho, S. (2021) 'Motivasi Pengunjung Melakukan Leisure and Recreation di Daya Tari Wisata Malioboro, Yogyakarta', *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), p. 158. Available at: <https://doi.org/10.24843/jdepar.2021.v09.i01.p20>