Seminar Nasional
FMI 2026 Surabaya
Prosiding

FMI Jawa Timur XVIII 2026

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Faktor yang Dipertimbangkan Wisatawan Berkunjung ke Desa Wisata Perancak, Jembrana, Bali

Gusti Ngurah Joko Adinegara, Putu Steven Eka Putra & I Wayan Ruspendi Junaedi

Universitas Dhyana Pura, Badung, Bali

Email: jokoadinegara@undhirabali.ac.id

Abstract

Village-based tourism development is expected to provide benefits, improve living standards, protect the environment, support destination development, and elevate residents' quality of life. Understanding tourists' desires is a crucial foundation for the sustainability of tourism destinations. Perancak Tourism Village has significant potential as a rural tourism attraction. This study aims to determine the motivations of tourists visiting Perancak Tourism Village. Factor analysis was employed to identify the attributes of tourist motivation, based on a survey of 99 respondents selected through convenience sampling. The analysis revealed that, of the eighteen variables examined, four distinct factors emerged as tourist motivators: type of attractions, conservation, natural beauty, and culture. Collectively, these variables account for 72.06 percent of the variance in tourist motivation. Identifying and understanding tourist interests can help management develop marketing strategies that cater to visitors' preferences. Tourists who visit rural areas seek to experience unique cultures and offerings that differ from those found in other types of tourism destinations.

Keywords motivation, tourism, tourism village, Perancak village.

1. Pendahuluan

Pariwisata berbasis desa menjadi salah satu penopang terpenting dari industri pariwisata dan kunci keberlanjutan destinasi. Pariwisata pedesaan menjadi pilihan alternatif bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata yang akan dikunjunginya. Perkembangan wisata berbasis desa diharapkan mampu memberikan manfaat serta meningkatkan standar hidup dan memperbaiki lingkungan bagi penduduk pedesaan disamping dapat meningkatkan pengembangan destinasi dan kualitas hidup penduduk lokal. Pembangunan pariwisata telah memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi wisata, yang dapat dirasakan oleh masyarakat dan juga sebagai pendorong perkembangan sektor lainnya (Rangus et al., 2017). Perkembangan pariwisata pedesaan sangat bergantung pada produk wisata pedesaan dan masyarakat lokal di daerah tertentu. Desa wisata secara umum memiliki poyensi wisata yang dapat diandalkan sebagai sebuah keunggulan dan keunikan desa baik dari tradisi, budaya, adat dan alam sekitar. Pengeloaan serta penyediaan fasilitas wisata menjadi unsur penunjang dalam pelayanan dari objek wisata. Potensi wisata tersebut tidak akan memberikan kontribusi bagi masyarakat jika tidak dikelola serta dilengkapi dengan fasilitas penunjang pelayanan, pengelolaan dan pelayanan yang terstruktur, sumber daya manusia serta dukungan akses jalan yang baik.

Cooper (2016) menyebutkan bahwa aspek yang harus diperhatikan dalam kegiatan pariwisata

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

ada emapt aspek yaitu atraksi, akses, amenitis dan ancillary service (4A). Aspek ini menjadi penting dalam upaya mengembangkan potensi wisata serta memiliki keberlanjutan dalam pelayanan pariwisata. Desa wisata diharapkan memiliki peran dalam mendukung keinginan wisatawan dalam menikmati keindahan alam (*nature*) yang unik pada sebuah destinasi serta memberikan pemahaman terhadap adat dan budaya lokal masyarakat. Dewasa ini, konsep pengelolaan pariwisata berbasis pedesaan (*community-based tourism/CBT)* menjadi salah satu alternatif dalam pengelolaan sumber daya pedesaan. Seperti diungkapkan oleh Zhang et al. (2016) pariwisata menjadi semakin penting bagi perekonomian dan akan mendapat manfaat dari pengembangan pariwisata pedesaan dengan mengangkat potensi yang dimiliki suatu daerah seperti sumber daya alam, budaya dan Sejarah. Pariwisata berbasis masyarakat merupakan pendekatan inovatif dan partisipatif yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pusat pengembangan pariwisata (Jackson, 2025).

Desa Perancak di Kabupaten Jembrana telah menjadi sebuah desa wisata dengan kategori rintisan, sudah cukup dikenal oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Akan tetapi sejak pandemic covid-19, kunjungan semakin berkurang dan berdampak kepada objek wisata yang dikelola masyarakat. Potensi wisata yang ada di Desa Perancak meliputi wisata alam, wisata relegius, dan wisata kuliner. Objek wisata alam terdiri atas pantai perancak, ekowisata mangrove, dan pelestarian penyu "Kurma Asih". Wisata religus khususnya bagi umat Hindu yaitu Pura Dang Kahyangan Perancak dan Wisata Relegius Tibu Kleneng. Sedangkan wisata kuliner terdapat banyak rumah makan atau kuliner laut yang merupakan komoditas utama dari desa ini. Objek wisata yang ada di Desa Wisata Perancak dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) Mekar Bersemi. Selain itu terdapat kegiatan wisata otomotif berupa sirkuit motorcross perancak, akan tetapi sirkuit ini tidak berfungsi maksimal karena sudah jarang digunakan untuk kegiatan.

Jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Perancak berdasarkan data Dinas Pariwisata Bali, diketahui bahwa pada tahun 2024 jumlah wisatawan mengalami penurunan yang signifikan dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2023 jumlah wisatawan sebesar 28.397 orang, dan di tahun 2024 sebesat 13.208 orang (penurunan sebesar 115%). Hal ini dimungkinkan karena tawaran dari destinasi lain yang lebih menarik untuk dikunjungi serta perilaku wisatawan yang berubah.

2. Tinjauan Literatur

Pariwisata berbasis masyarakat berada di bawah payung pariwisata berkelanjutan, dengan melibatkan masyarakat dalam berbagai aspek pariwisata, mulai dari perencanaan hingga partisipasi aktif (Jackson, 2025). Peran masyarakat dalam proses kegiatan pariwisata dengan tujuan untuk menawarkan pengalaman lokal yang unik kepada wisatawan. Pariwisata memainkan peran krusial dalam perekonomian Indonesia, berkontribusi signifikan terhadap penciptaan pendapatan, lapangan kerja, dan pelestarian warisan budaya (Darto et al., 2025). Pariwisata berbasis masyarakat merupakan model efektif yang melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata, memastikan manfaat ekonominya dirasakan langsung oleh penduduk. Lebih lanjut Brokaj (2014) menyatakan bahwa terdapat empat elemen yang

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

membentuk pengembangan pariwisata berkelanjutan terdiri atas keberlanjutan ekonomi, lingkungan, kegiatan sosial budaya, dan masyarakat lokal. Keempat elemen ini harus dapat dikelola untuk mencapai pariwisata yang berkelanjutan, dan peran serta para pemangku kepentingan pariwisata sangat diperlukan dalam perlindungan atraksi dan destinasi pariwisata. Akan tetapi, tantangan dalam pengembangan desa wisata harus dihadapi. Zhang, et al (2016) menyatakan bahwa daerah pedesaan menghadapi banyak tantangan dalam mengembangkan pariwisata pedesaan karena lemahnya pengetahuan tentang pengelolaan pariwisata serta belum memiliki perencanaan yang terintegrasi. Lebih lanjut mereka menyatakan bahwa tindak lanjut yang dapat diambil dalam meminimalkan tantangan ini adalah dengan membuat sebuah model perencanaan strategis yang merupakan proses menentukan visi untuk masa depan yang diinginkan dan membangun cara untuk mencapai visi tersebut. Oleh karena itu, peran penduduk lokal dalam mendatangkan serta memotivasi wisatawan berkunjung sangat penting.

Pemahaman tentang perilaku wisatawan dan motivasi perjalanan, penting diketahui bagi pengusaha pariwisata untuk menciptakan permintaan dan membantu wisatawan dalam pengambilan keputusan (Van-Vuuren & Slabbert, 2011). Perilaku konsumen adalah topik penelitian yang sulit, terutama di bidang pariwisata, di mana faktor-faktor memiliki pengaruh emosional yang signifikan (Kotler & Keller, 2016). Banyak peneliti mengakui bahwa proses pengambilan keputusan wisatawan adalah program yang sangat kompleks, yang mencakup berbagai tahapan atau sub-keputusan, elemen, dan konsep yang saling terkait (Cohen et al., 2014). Proses pengambilan keputusan wisatawan ketika memilih tujuan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berubah, tergantung pada pengaruh kebutuhan dan kebiasaan wisatawan, serta pengaruh faktor eksternal (Djeri et al., 2007). Faktor-faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan termasuk keinginan menjauh dari rutinitas, beristirahat, bersantai, prestise, kesehatan, berpetualang, dan kegiatan sosial, sedangkan faktor-faktor eksternal didasarkan pada daya tarik tujuan, termasuk sumber daya berwujud, dan persepsi dan harapan wisatawan (Hsu et al., 2009). Kemudian Bashar dan Al-Ajloni (2012) menemukan bahwa faktor-faktor yang memotivasi wisatawan berkunjung adalah faktor lingkungan pedesaan, faktor fasilitas, faktor cuaca, faktor hubungan budaya dan faktor petualangan. Kemudian Cho et al., 2014) yang melakukan penelitian daerah pedesaaan di Korea menemukan bahwa kepuasan keseluruhan wisatawan dipengaruhi oleh infrastruktur fisik, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan dengan program wisata. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan meningkat ketika wisatawan mendapatkan informasi wisata melalui sumber resmi pemerintah, dari mulut ke mulut dan iklan internet, dan menunjukkan korelasi positif antara kepuasan wisatawan dan sumber informasi mencerminkan keandalan dan kredibilitas sumber-sumber tersebut

Motivasi wisatawan dalam melakukan perjalanan khususnya ke desa wisata memiliki tujuan yang berbeda-beda. Motivasi adalah faktor psikologis yang mendorong orang untuk bertindak Cho et al., 2014), dan penelitian motivasi sering digunakan dalam berbagai studi perilaku individu dalam melakukan sebuh tindakan. Penelitian mengenai perilaku individu (motivasi) telah banyak dilakukan seperti motivasi wisatawan berkunjung ke desa wisata/rural tourism destination (Adinegara et al., 2020), meneliti motivasi dalam melakukan perjalanan wisata

e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

(Andjarwati et al., 2023), motivasi dalam menginap (Mohamad et al., 2024).

Proses pengambilan keputusan wisatawan ketika memilih tujuan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berubah, tergantung pada pengaruh kebutuhan dan kebiasaan wisatawan, serta pengaruh faktor eksternal (Djeri et al., 2007). Faktor-faktor internal yang mempengaruhi pengambilan keputusan termasuk keinginan menjauh dari rutinitas, beristirahat, bersantai, prestise, kesehatan, berpetualang, dan kegiatan sosial, sedangkan faktor-faktor eksternal didasarkan pada daya tarik tujuan, termasuk sumber daya berwujud, dan persepsi dan harapan wisatawan (Hsu et al., 2009). Kemudian Bashar dan Al-Ajloni (2012) menemukan bahwa faktor-faktor yang memotivasi wisatawan berkunjung adalah faktor lingkungan pedesaan, faktor fasilitas, faktor cuaca, faktor hubungan budaya dan faktor petualangan. Kemudian Cho et al., 2014) yang melakukan penelitian daerah pedesaaan di Korea menemukan bahwa kepuasan keseluruhan wisatawan dipengaruhi oleh infrastruktur fisik, kualitas layanan, dan tingkat kepuasan dengan program wisata. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan meningkat ketika wisatawan mendapatkan informasi wisata melalui sumber resmi pemerintah, dari mulut ke mulut dan iklan internet, dan menunjukkan korelasi positif antara kepuasan wisatawan dan sumber informasi mencerminkan keandalan dan kredibilitas sumber-sumber tersebut Yun et al., (2016) mengkonfirmasi hubungan antara aktivitas yang disukai dan motivasi wisatawan yang mengunjungi destinasi pedesaan. Mereka menemukan bahwa wisatawan yang termotivasi untuk memperoleh pengetahuan dan mengalami berbagai cara hidup, budaya, dan sejarah lebih cenderung menyukai aktivitas seperti mengalami gaya hidup dan budaya lokal serta berpartisipasi dalam aktivitas budaya dan sejarah.

Perilaku wisatawan menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan ke sebuah destinasi wisata. Perilaku konsumen merupakan konsep penelitian yang membutuhkan waktu dalam pemahamannya, khususnya pada bidang pariwisata, karena terdapat faktor emosional yang perlu dipahami secara lebih spesifik yang ada pada diri individu wisatawan (Kotler & Keller, 2016). Banyak akademisi memberi menyatakan bahwa proses wisatawan dalam pengambilan keputusan membutuhkan proses yang sangat kompleks misalnya dalam penentuan pilihan tempat menginap yang membutuhkan tahapan yang rumit dan mencakup beberapa konsep yang berkaitan dalam pengambilan keputusan (Cohen et al., 2014). Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan dalam strategi pengembangan desa wisata yang lebih inovatif dalam mendukung pariwisata berkelanjutan khususnya di desa wisata (Vipriyanti et al., 2023). Kemudian Chin et al. (2022) menyebutkan bahwa alas an utama wisatawan mengunjungi wisata pedesaan adalah untuk menghargai alam dan menghindari daerah padat, oleh karena itu, daya dukung destinasi wisata merupakan ukuran penting kepuasan wisatawan.

Menjaga dan meningkatkan kepuasan wisatawan yang berkunjung menjadi prioritas, karena wisatawan yang puas memiliki kecenderungan untuk berkunjung kembali serta merekomendasikan destinasi kepada teman dan saudaranya (Som & Badarneh, 2011). Lebih lanjut Chan et al. (2021) menekankan bahwa loyalitas pelanggan dan adaptasi pasar sangat penting bagi kelangsungan organisasi pariwisata. Oleh karena itu, pengelola objek wisata harus mampu memberikan pelayanan yang baik termasuk tersedianya fasilitas pendukung yang dapat memberikan kepuasan wisatawan. Penelitian ini mengaplikasikan analisis faktor dengan tujuan

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

untuk mengetahui faktor yang memotivasi wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Perancak. Terdapat banyak potensi yang ditawarkan kepada wisatawan, akan tetapi belum diketahui faktor-faktor apa saja yang memotivasi wisatawan berkunjung. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu Desa Perancak khususnya kelompok sadar wisata dalam membuat strategi meningkatkan kunjungan wisatawan sekaligus dapat mengevaluasi daya tarik wisata yang sudah ada beserta fasilitasnya.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Desa Wisata Perancak, Jembrana, Bali. Penelitian ini menggunakan rancangan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Variabel yang digunakan merupakan hasil identifikasi potensi wisata yang ditawarkan oleh Desa Perancak diantaranya: keindahan alam sekitar desa, keindahan pantai, pelestarian penyu, sunset point, keunikan kapal nelayan, kuliner yang khas, aktivitas jual beli ikan, tersedianya sirkuit motorcroos, trekking di hutan mangrove, ekowisata hutan mangrove, wisata bahari, dan akses menuju objek wisata.

Instrumen penelitian dibagi menjadi dua bagian yaitu bagian 1 dengan mengumpulkan informasi demografis umum wisatawan dan bagian 2 adlah tanggapan wisatawan terhadap atraksi atau potensi wisata yang ditawarkan. Kuesioner dilaksanakan dalam mengetahu persepsi wisatawan menggunakan Likert Summated Scale (LSR) lima poindengan nilai skala 1 sampai 5. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Bali, jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Perancak Tahun 2024 sebanyak 13.208 orang wisatawan. Penetapan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin (Ghozali, 2011) dengan kesalahan pengambilan sampel 10%, sehingga besar sampel penelitian adalah 99 responden. Keandalan kuesioner diukur menggunkan uji validitas dan reliabilitas. Selanjutnya, data yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan menggunakan langkah-langkah analisis faktor.

4. Hasil dan Pembahasan

Uji instrumen dilakukan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengukur kesahihan sebuah kuesioner dilihat dari nilai corrected item-total correlation (r) diatas nilai 0,3, kemudian melakukan uji reliabilitas untuk mengukur kehandalan sebuah kuesioner dengan menggunakan nilai cronbach alfa (α) lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2011:47-48). Berdasarkan hasil analisis uji validitas dan uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh indicator yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliable, seperti tampak pada tabel 1

Tabel 1. Reliability Statistics Result

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	18

Kemudian berdasarkan data demografi responden, diperoleh informasi sebagai berikut. Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 48.5% laki-laki dan dan 51.5% perempuan. Dari sisi umur didomisani oleh anak muda antara 21 – 30 tahun (43.4%), selanjutnya dari umur 15 – 20 tahun (28.3%), sedangkan umur diatas 40 tahun paling sedikit sebesar 12.1%. Asal wisatawan yang

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

berkunjung berasal dari lokal daerah sekitar sebesar 39.4%, Denpasar sebesar 14.1%. Wisatawan mancanegara yang berkunjung dari Eropa sebesar 15.2% dan Australia sebesar 5.1% atau total wisatawan mancanegara 20.3%. Wisatawan domestic didominasi dari daerah local Jembrana karena memang Lokasi Desa Perancak merupakan bagian Kabupaten Jembrana. Berdasarkan frekuensi berkunjung, masih didominasi wisatawan dengan Tingkat kunjungan pertama kali (first time) sebesar 58,1%, kemudian 22.2% wisatawan berkunjung kedua kalinya, dan berkunjung sudah tiga kali sebesar 14%. Kemudian wisatawan di dominasi oleh wisatawan yang mengajak temannya berkunjung sebesar 55%, di susul wisatawan berkunjung mengajak keluarga sebesar 32 %. Berdasarkan tujuan utama berkunjung diperoleh informasi bahwa 30% wisatawan untuk menikmati kuliner, 24% menikmati suasana sunset, 21% melihat konservasi tukik, dan 10% menikmati hutan mangrove. Informasi demografi memberikan gambaran bagi pengelola mengenai target pasar, sehingga dapat menyesuaikan minat, produk, layanan serta menyusun strategi pemasaran agar lebih efektif.

Langkah awal dari analisis faktor adalah dengan menguji apakah data layak dianalisis menggunakan analisis faktor dengan melihat matriks korelasi antar variabel dan menguji apakah matriks korelasi merupakan matriks nonsingular dengan mencari nilai KMO dan Bartlett's test.

Table 2. KMO and Bartlett's Test

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1397.848
	df	153
	Sig.	.000

Berdasarkan nilai KMO and Bartlett's test (tabel 2) menunjukkan angka Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy sebesar 0,839. Nilai tersebut berada diatas 0,5 dengan signifikansi 0,000 (<0,05) maka data layak dilakukan analisis lebih lanjut dengan analisis faktor. Berdasarkan nilai bartlett's test of sphericity dengan chi –square 1397.848 (df=153) dan signifikansi = 0,000 < 0,05, menunjukkan bahwa matriks korelasi merupakan matriks identitas sehingga dapat dilakukan analisis pada tahap selanjutnya. Tahap selanjutnya dengan melakukan penilaian terhadap nilai pada tabel anti-image matrices. Nilai pada anti-image matrices digunakan untuk menguji kelayakan variabel secara parsial untuk dapat di analisis lebih lanjut, dengan ketentuan jika nilai dibawah 0.5 maka variable dinyatakan tidak layak dan harus dikeluarkan dalam pengujian. Dilihat dari nilai anti-image correlation pada tabel 3, diperoleh informasi bahwa seluruh variabel berada diatas nilai 0,5, hal ini menandakan bahwa variabel penelitian dapat diporses dalam analisis faktor.

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Table 3. Anti Image Metrics

Anti-image Correlation	trekking	0.839[a]
	ecotourism mangrove	0.802[a]
	sunset point	0.801[a]
	nature of mangrove	0.727[a]
	recreation on the beach	0.796[a]
	culture of the village	0.925[a]
	marine tourism	0.889[a]
	fishing boat	0.871[a]
	fishing activity	0.875[a]
	culinary	0.868[a]
	motocross activity	0.575[a]
	turtle conservation	0.753[a]
	releasing baby turtle	0.847[a]
	visiting temple	0.886[a]
	buying fresh fish	0.881[a]
	reasonable product price	0.883[a]
	access to Perancak	0.891[a]
	access to attraction	0.854[a]

Setelah penentuan kelayakan variable, tahap selanjutnya melakukan proes factoring dan rotasi. Pertama dengan melakukan analisis communalities yaitu untuk mengetahui jumlah varians dari variabel awal mula-mula yang dapat dijelaskan oleh faktor yang ada, dengan ketentuan semakin besar nilai communalities maka hubungan variabel yang bersangkutan dengan faktor yang terbentuk akan semakin erat (nilai >0,05). Berdasarkan hasil analisis, kedelapan belas variabel awal mempunyai nilai communalities diatas 0,05, dan dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel yang digunakan memiliki keeratan hubungan dengan faktor yang terbentuk. Kemudian dilakukan proses melakukan rotasi factor dengan tujuan untuk menghindari adanya tumpang tindih antar variabel. Rotasi faktor varimax digunakan untuk memaksimumkan jumlah keragaman semua factor dan hasil rotasi ini akan diperoleh nilai korelasi yang tinggi antar setiap variabel awal dengan factor tertentu saja. Pada tabel 4 dapat dilihat hasil rotasi varimax dan terdapat 4 faktor yang terbentuk dengan nilai eigenvalues yang menunjukkan angka lebih besar dari 1 dari 18 variabel yang dianalisis.

Total 4. Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.756	43.088	43.088
2	2.512	13.953	57.041
3	1.525	8.469	65.511
4	1.179	6.548	72.059

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Selanjutnya ditentukan besaran nilai loading untuk menunjukkan korelasi antara variabel asal dengan factor terbentuk serta seberapa jauh dukungan tersebut terhadap faktor. Untuk menentukan variabel yang masuk ke setiap factor dapat dilihat dari nilai loading varimax (>0,5). Nilai korelasi dibawah 0,5 menunjukkan adanya korelasi yang lemah, sedangkan nilai korelasi diatas 0,5 menunjukkan korelasi yang kuat. Hasil perhitungan Rotated Component Matrix pada tabel 5, diketahui bahwa delapan belas variabel awal masuk ke 4 faktor yang terbentuk.

Table 5. Rotated Component Matrix

	Component			
	1	2	3	4
trekking	.857	.150	.356	-.010
ecotourism mangrove	.856	.245	.219	.167
sunset point	.313	.059	.707	-.179
nature of mangrove	.177	.921	-.074	-.010
recreation on the beach	.816	.145	.266	-.056
culture of the village	.805	.048	.228	-.068
marine tourism	.572	-.074	.349	.354
fishing boat	.796	.268	.102	.056
fishing activity	.846	.238	.105	.174
culinary	.621	.095	-.189	.499
motocross activity	-.151	.186	.027	.842
turtle conservation	.206	.881	-.083	.009
releasing baby turtle	.112	.588	.333	.294
visiting temple	.513	.218	.003	.547
buying fresh fish	.212	.147	.634	.345
reasonable product price	.154	.720	.202	.290
access to Perancak	.168	.701	.506	.092
access to attraction	.624	.159	.546	-.189
Extraction Method: Principal Component Analysis. Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.[a]				

Tabel 5 menunjukkan variabel yang masuk pada tiap faktor yang terbentuk. Faktor 1 terdiri atas 9 variabel yaitu: trekking, ecotourism mangrove, recreation on the beach, culture of the village, marine tourism, fishing boat, fishing activity, culinary, access to attraction. Faktor 2 terdiri atas 5 variabel yaitu: nature of mangrove, turtle conservation, releasing baby turtle, reasonable product price, access to Perancak. Faktor 3 terdiri dari 2 variabel yaitu: sunset point and buying fresh fish. Faktor 4 terdiri atas 2 variabel yaitu: motocross activity and visiting temple. Tahap ketiga yaitu menentukan label atau penamaam faktor yang sudah terbentuk. Penamaan faktor dilakukan karena faktor yang terbentuk terdiri dari banyak variabel yang memiliki perbedaan arti. Oleh karenanya perlu diberikan label/nama yang mewakili variabel yang masuk ke masing-masing faktor yang sudah terbentuk. Faktor 1 diberikan nama faktor jenis atraksi, untuk faktor 2 diberi nama factor konservasi, untuk faktor 3 diberi nama factor keindahan alam, dan untuk

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

factor 4 diberi nama faktor budaya. Setelah dilakukan penamaan faktor, tahap selanjutnya dilakukan uji kelayakan model dengan melihat nilai koefisien korelasinya lebih besar dari 0.5 berdasarkan hasil analisis nilai korelasi component transformation matrix. Hasil menunjukkan bahwa seluruh component yang terbentuk memiliki nilai lebih besar dari 0.5 dan hal ini memberi arti bahwa keempat faktor yang terbentuk layak untuk merangkum delapan belas variable yang dianalisis.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan analisis faktor, diperoleh hasil bahwa terdapat 4 faktor yang memotivasi wisatawan berkunjung ke Desa Wisata khususnya di Desa Perancak. Faktor tersebut adalah faktor jenis atraksi, faktor konservasi, faktor keindahan alam, dan faktor budaya. Semua variabel yang digunakan dalam penelitian mampu menjelaskan motivasi wisatawan sebesar 72.06%. Secara teoritis, dengan mengetahui alasan utama wisatawan berkunjung dapat membantu pengelola destinasi wisata pedesaan memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan, karena wisatawan ingin didorong oleh rasa ingin tahu terhadap sesuatu yang berbeda dari kebiasaan mereka di daerahnya. Secara praktis, pihak pengelola atau kelompok sadar wisata dapat mempersiapkan diri lebih baik dalam mengelola potensi atraksi wisata yang ada sehingga dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan. Membantu pengelola desa wisata dalam menyusun strategi pengelolaan dan pemasaran dalam upaya memenuhi keinginan wisatawan serta keberlanjutan dari wisata pedesaan. Kemudian pengelola diharapkan memperhatikan keeempat faktor yang memotivasi wisatawan berkunjung ke Desa Perancak karena berdasarkan hasil yang diperoleh, wisatawan lebih mengutamakan jenis atraksi, karena memang memiliki daya tarik yang khas karena berada di daerah Pantai. Pihak pengelola diharapkan memiliki strategi dalam promosi dengan menggunakan berbagai media sosial serta bekerjasama dengan pihak swasta seperti travel agen, hotel dan lainnya. Rekomendasi untuk penelitian di masa mendatang adalah menganalisis kepuasan wisatawan serta menguji pengaruh masing-masing faktor daya tarik yang ditawarkan terhadap kepuasan wisatawan, serta menerapkan pendekatan komparatif dengan wilayah pedesaan lain di Bali untuk memperluas perspektif tentang pariwisata pedesaan.

Referensi

Adinegara, G. N. J., Sirna, I. K., & Sukmana, I. W. K. T. (2020). Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Desa Wisata Gumbrih, Pekutatan, Jembrana - Bali. *Jurnal Pariwisata Pesona*, *5*(2), 76–83. https://doi.org/10.26905/jpp.v5i1.3763

Andjarwati, A. L., Tiarawati, M., & Indarwati, T. A. (2023). Destination Image and Travel Motivation: Impact on Visit Intention, Decision to Visit. *International Journal of Economics, Management, Business and Social Science (IJEMBIS), 3*(3), 1130–1138. https://doi.org/10.59889/ijembis.v3i3.269

Bashar & Al-Ajloni, A. A. (2012). Motivating Foreign Tourists to Visit the Rural Site in Jordan, Village of Petra. *Australian Journal of Business and Management Research, 2* (5), 01-07.

Brokaj, R. (2014). Local Government`s Role in the Sustainable Tourism Development of a

Destination. *European Scientific Journal, 10*(31), 103-117.

Cohen, S. A., Prayag, G. & Moital, M. (2014). Consumer Behaviour in Tourism: Concepts, Influences and Opportunities. *Current Issues in Tourism, 17*(10), 872-909. https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064.

Cooper, C. 2016. *Essentials of Tourism*, 2nd. Personal Education. Limited, United Kingdom

Chan, C.-S., Nozu, K. & Zhou, Q. (2022). Building Destination Resilience in the Tourism Disaster Management Process from the Past Experiences: The Case of the 2018 Hokkaido Eastern Iburi Earthquake in Japan. Tourism Recreation Research, 47(5–6), 527–543.

Chin, C.H., Wong W.P.M., Ngian, E.T., & Langet, C. (2022). Does Environmental Stimulus Matters to Tourists' Satisfaction and Revisit Intention: A Study on Rural Tourism Destinations in Sarawak, Malaysia. GeoJournal of Tourism and Geosites, 42(2spl), 683–692. https://doi.org/10.30892/gtg.422spl06-877

Cho, H., Byun, B. & Shin, S. (2014). An Examination of the Relationship between Rural Tourists' Satisfaction, Revisitation and Information Preferences: A Korean Case Study. *Sustainability, 6*, 6293-6311. https://doi.org/10.3390/su6096293

Darto, Aditiany, S., Myrna, R. & Kamila, N. 2025.Exploring Local Wisdom via Community-Based Tourism for Sustainable Tourism Development in Cigugur, Kuningan, Indonesia. *Journal of Ecohumanism, 4*(2), 1352 – 1358. https://doi.org/10.62754/joe.v4i2.6501

Dinas Pariwisata Provinsi Bali. (2019). Jumlah Kunjungan Wisatawan pada Objek-Objek Wisata di Bali 2018. http://www.disparda.baliprov.go.id/id/statistik. Diakses September 2025.

Djeri, K, Plavša, J. & Čerovic, S. (2007). Analysis Of Potential Tourists' Behaviour in The Process of Deciding Upon a Tourist Destination Based on a Survey Conducted in Bačka Region. *Geographica Pannonica, 11*, 70-76.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Edisi 5. Semarang – Universitas Diponegoro.

Hsu, T, Tsai, Y. & Wu, H. (2009). The Preference Analysis for Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan. *Tourism Management, 30*(2), 288-297. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.07.011.

Jackson, L. A. (2025). Community-Based Tourism: A Catalyst for Achieving the United Nations Sustainable Development Goals One and Eight. *Tourism and Hospitality, 6*(1), 1 – 20. https://doi.org/10.3390/tourhosp6010029

Kotler, P. & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15th Edition. Prentice Hall – New Jersey.

Mohamad, N. H., Idris, N. A., & Manshoor, A. (2024). Choosing the Perfect Stay: Factors Influencing Tourist Hotel Decisions-Making. *International Journal of Social Science Research, 12*(2), 231 – 244. https://doi.org/10.5296/ijssr.v12i2.21900

FMI Jawa Timur XVIII 2026
e-ISSN: 3026-4499
Vol. 4
20-22 Oktober 2026

Rangus, M., Brumen, B. & Topler, J. P. (2017). Sustainable Tourism Development in Rural Areas: The Role of Stakeholders. *Academica Turistica, 10*(2), 167- 173.

Som, A & Badarneh, M. (2011). Tourist Satisfaction and repeat Visitation Toward a New Comprehensif Model. *International Journal of Human and Social Science, 6*(1), 239-246.

Van-Vuuren, C & Slabbert, E. (2011). Travel Motivations and Behaviour of Tourists to a South African Resort. *African Journal for Physical Activity and Health Science, 17*(4), 694– 707.

Vipriyanti, N. U., Rustiarini, N. W., Komalasari, Y., Citra, M. E. A., Ridha, R., & Puspawati, D. A. (2023). Innovative and Inclusive Spatial Development Model of World Cultural Heritage Site: A Case of Subak Jatiluwih – Bali. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci*. 1264 012041. doi:10.1088/1755-1315/1264/1/012041.

Yun, D., Hennessy, S. and Courtney, S. (2016), "Motivations and preferred activities of tourists to rural destinations: a comparative analysis of rural and urban residents", *Proceedings of Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 60.

Zhang, L., Choi, C., & Joppe, M. (2016). The Potential for Developing Rural Tourism in Xiajin County, China: A SWOT Analysis. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*, 10.

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)