

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Saat ini, terjadi pergeseran mengenai aktifitas pariwisata yang dipengaruhi oleh lingkungan dan motivasi wisatawan itu sendiri, yang dahulunya wisatawan berperilaku hanya berkunjung untuk menikmati atraksi alam dan budaya. Pergeseran tersebut, dikenal dengan pariwisata yang lebih bertanggung jawab secara ekonomi, sosial dan lingkungan bagi masyarakat lokal di destinasi. Hal tersebut sesuai dengan penjelasan Mowforth dan Munt (1998:53) bahwa *“That the traditional mass tourism, typically described as the “3Ss”-sun, sea, and sex, is now challenged with the new “3Ts” of sustainable tourism-traveling, trekking, and trucking”*. Berdasarkan pernyataan tersebut, pariwisata tradisional yang disebut 3S, berubah menjadi *sustainable tourism travelling* (pariwisata berkelanjutan) sebagai tujuan dari industri pariwisata yaitu terwujudnya keseimbangan, *trekking (mountain biking)* dalam ekowisata, dan *trucking (community based tourism)* dalam alternatif wisata dengan istilah 3Ts.

Pada tahun 2013, pernyataan mengenai pergeseran perilaku wisatawan disampaikan *World Trade and Tourism Council (WTTC)* dan *World Trade Market (WTM)* dalam deklarasi yang diselenggarakan oleh *United Nations World Tourism Organization sustainable (UNWTO)* di Brazil, menyatakan wisatawan semakin mencari pengalaman yang autentik dan menguntungkan (*experiential travel, real tourism and slow tourism*) jika dibandingkan dengan pariwisata tradisional hanya sekedar berkunjung ke destinasi.

Terjadinya pergeseran tersebut dimaksudkan oleh UNWTO yang mengarahkan fokus pariwisata saat ini tidak hanya berorientasi terhadap tingkat kunjungan saja tetapi, dapat menciptakan keseimbangan dalam bidang ekonomi, sosial-budaya dan lingkungan. Keseimbangan tersebut dapat menciptakan indikator keberhasilan kegiatan pariwisata yaitu, *sustainable tourism* seperti yang dijelaskan UNWTO

*Sustainable Tourism 2014 will adopt a multidisciplinary approach and will aim specifically to foster greater understanding and collaboration between scientists and social science experts, practitioners and policy makers. It will take a broad view of this sophisticated and complex industry, and will*

Chaerul Aldira, 2014.

SUSTAINABLE TOURISM DI PANTAI KUTA BALI DALAM PERSEPSI WISATAWAN MELALUI MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*examine the practice of sustainable tourism from global travel trends through to destination and site management.*

Konsep *sustainable tourism* sebagai indikator keberhasilan industri pariwisata telah diterapkan oleh hampir seluruh negara yang tergabung dalam *World Economic Forum* (WEF). Berdasarkan hasil penilaian penerapan *sustainable tourism* yang diselenggarakan oleh WEF, maka peringkat satu dan dua ditempati oleh negara-negara di Amerika dan Eropa, sedangkan ASEAN berada di peringkat ketiga.

Program *sustainable tourism* juga telah diimplementasikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Republik Indonesia dalam Rencana dan Strategi (Renstra) tahun 2011-2015 yang diharapkan mampu menaikkan jumlah wisatawan. Kenaikan jumlah kunjungan wisman sebagai pertumbuhan pariwisata, khususnya negara-negara fokus pasar Indonesia yang dicantumkan dalam Renstra Direktur Jenderal (Dirjen) Pemasaran Kemenparekraf 2013. Fokus pasar Indonesia terdiri dari 16 fokus pasar utama yang terbagi dalam lima kawasan, ASEAN, Asia, Eropa, Amerika-Pasifik, dan Timur Tengah. Tiga fokus pasar utama dengan alasan karena letak geografis dan kemudahan akses untuk berwisata ke Indonesia ditempati oleh Singapura, Malaysia dan Australia dalam Tabel 1.1

**TABEL 1.1**  
**REALISASI WISMAN BERDASARKAN 16 FOKUS PASAR**  
**JANUARI – DESEMBER 2013**

No	Fokus Pasar	2013	2012	+/-	Selisih	Share
1	SINGAPURA	1,379,596	1,271,443	8.51%	108,153	15,67%
2	MALAYSIA	1,239,219	1,133,430	9.33%	105,789	14,08%
3	AUSTRALIA	938,279	909,176	3.20%	29,103	10,66%
4	CHINA	747,921	618,223	20.98%	129,698	8,50%
5	JEPANG	479,305	445,066	7.69%	34,239	5,45%
6	KORSEL	324,560	303,856	6.81%	20,704	3,69%
7	AS	221,897	207,010	7.19%	14,887	2,52%
8	INGGRIS	220,935	203,625	8.50%	17,310	2,51%
9	TAIWAN	217,624	180,642	20.47%	36,982	2,47%
10	INDIA	204,756	177,194	15.55%	27,562	2,33%
11	PERANCIS	196,837	178,888	10.03%	17,949	2,24%
12	JERMAN	167,340	152,401	9.80%	14,939	1,90%
13	BELANDA	157,590	147,704	6.69%	9,886	1,79%
14	TIM-TENG	132,679	98,270	35.01%	34,409	1,51%
15	FILIPINA	129,223	113,635	13.72%	15,588	1,47%
16	RUSIA	93,622	94,330	-0.75%	-708	1,06%

Chaerul Aldira, 2014.

*SUSTAINABLE TOURISM DI PANTAI KUTA BALI DALAM PERSEPSI WISATAWAN MELALUI MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

No	Fokus Pasar	2013	2012	+/-	Selisih	Share
	<b>GRAND TOTAL</b>	<b>8,802,129</b>	<b>8,044,462</b>	<b>9.42%</b>	<b>757,667</b>	

Sumber: Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata, Kemenparekraf 2013

Berdasarkan *Visit Indonesia Tourism Officer* (VITO) sebagai peneliti luar negeri dari Kemenparekraf dalam laporan tahun 2012, Bali masih menjadi promotor industri pariwisata dan destinasi utama Indonesia yang dikunjungi oleh wisman. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi (BPS) Bali pada tahun 2014 periode Januari-April kenaikan dialami oleh Malaysia menjadi peringkat ketiga dengan persentasi kenaikan sebesar 16,48% sedangkan Jepang menurun - 8,59% dikarenakan pada bulan Februari-April masih ada festival bunga sakura. (<http://www.disparda.baliprov.go.id/id/Statistik2> diakses tanggal 8 Juni 2014). Data terbaru dari Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata Indonesia pada tahun 2014 secara lengkap tersaji pada Tabel 1.2

**TABEL 1.2**  
**JUMLAH KEDATANGAN WISMAN KE BALI TAHUN 2013**

No	Negara	Total	%
1	Australia	<b>826,385</b>	38,0
2	Cina	<b>387,533</b>	18,0
3	Jepang	<b>208,115</b>	10,0
4	Malaysia	<b>199,232</b>	9,3
5	Singapura	<b>138,388</b>	6,4
6	Korea Selatan	<b>134,452</b>	6,3
7	Taiwan	<b>126,914</b>	6,0
8	Perancis	<b>125,247</b>	6,0

Sumber: Direktorat Pengembangan Pasar dan Informasi Pariwisata Indonesia, Kemenparekraf 2014

Bali yang memiliki kesamaan dengan UNWTO dan menunjang program Kemenparekraf dalam implementasi *sustainable tourism*, dengan mengikuti beberapa penyelenggaraan deklarasi seperti, *Bali Declaration on Sustainable Tourism in Asia and The Pacific* pada Desember tahun 2005 yang membahas perencanaan program-program sehingga terciptanya *sustainable tourism* di destinasi-destinasi ASEAN. Kedua yaitu, *Planning and Implementing Sustainable Tourism in Indonesia* dalam program *The 6<sup>th</sup> UNWTO Asia/Pacific Executive Training Program on Tourism and Policy* di Bhutan pada Juni tahun 2012.

Ketiga adalah *Strategic Plan Sustainable Tourism and Green Jobs for Indonesia* pada tahun 2012 yang menyatakan "*Indonesia's most internationally*

Chaerul Aldira, 2014.

*SUSTAINABLE TOURISM DI PANTAI KUTA BALI DALAM PERSEPSI WISATAWAN MELALUI MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*recognized tourism destination, Bali, has had long experience in promoting sustainable tourism practices, based on the local wisdom of Tri Hita Karana – harmonious relations of Nature, Man and the Creator*". Pernyataan tersebut menjelaskan, Bali sudah memiliki pengalaman lebih dalam mempromosikan program *sustainable tourism* melalui kebijakan lokal yang dinamakan Tri Hita Karana, yang berarti terdapat keseimbangan antara alam, manusia, dan Sang Pencipta. Oleh karena itu, pemerintah dan swasta harus mampu mengaplikasikan program *sustainable tourism* yang sudah direncanakan.

*Traveler's Choice Destinations* yang menyatakan enam peringkat teratas destinasi andalan di Bali pada tahun 2014 terhadap kunjungan wisman adalah pertama destinasi Ubud, kedua Seminyak, ketiga Sanur, keempat Nusa Dua, kelima Kuta dan keenam Legian. Pada tahun 2013 Kuta berada di peringkat ketiga, kualitas destinasi yang menurun adalah penyebab turunnya peringkat dan munculnya destinasi-destinasi baru di Bali. (<http://travel.kompas.com/read/2014/04/11/1626274/Ubud.dan.Seminyak.Masuk.25.Destinasi.Wisata.Terbaik.di.Asia> diakses tanggal 29 Juni 2014).

Selanjutnya, Mari Elka (2012:47) menyebutkan destinasi-destinasi yang menjadi ikon untuk implementasi *sustainable tourism* adalah Bali, Jawa Barat, dan Sulawesi Utara. Diantara ketiga destinasi tersebut, menurut Kemenparekrif Bali merupakan destinasi yang menjadi *top level* dalam implementasi *sustainable tourism*. Tetapi pada kenyataannya, para wisman yang berkunjung ke Bali khususnya Pantai Kuta beranggapan Pantai Kuta Bali belum mengimplemetasikan program *sustainable tourism* terbukti dengan adanya pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

Hasil pra penelitian yang dilakukan peneliti terhadap 20 wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Pantai Kuta pada Januari 2013, pada item ke delapan, pengunjung menyatakan masih belum diimplementasikannya program *sustainable tourism* di Pantai Kuta terlihat dengan masing-masing persentasi kurang dari 75%. Berbeda dengan beberapa item lainnya sebagai pendukung data mengenai masalah mengenai *sustainable tourism*, pengunjung merasa cukup puas dengan destinasi pantai tersebut, itu terlihat dari persentasi sebesar 65% untuk Pantai Kuta. Hasil tersebut secara lengkap tersaji pada Tabel 1.3

**TABEL 1.3**  
**HASIL PRA PENELITIAN KONDISI *SUSTAINABLE TOURISM***  
**DI PANTAI KUTA BALI**

Nomor	Atribut	Pantai Kuta
1.	Kunjungan	30%= < 3kali 70%= > 3kali
2.	Sumber informasi	10%= majalah 10%= televisi 15%= internet 75%= teman/kerabat
3.	Alasan kunjungan	40%= hiburan malam 35%= alam dan kebudayaan 25%= lokasi strategis
4.	<i>Sustainable tourism</i>	40%= mengetahui <i>sustainable tourism</i> 60%= tidak mengetahui <i>sustainable tourism</i>
5.	Kefokusan pemerintah dalam pengelolaan	70%= pemerintah belum fokus 30%= pemerintah sudah focus
6.	Kunjungan kembali	70%= berkunjung kembali 25%= mungkin akan kembali 5%= tidak berkunjung kembali
7.	Kepuasan pengunjung terhadap destinasi	65%= wisatawan puas 35%= wisatawan tidak puas
8.	Tercipta <i>sustainable tourism</i> di destinasi	75%= belum tercipta <i>sustainable tourism</i> 25%= sudah tercipta <i>sustainable tourism</i>

Sumber: Hasil Pra Penelitian (2013)

Kondisi Pantai Kuta yang semakin meningkat jumlah kunjungan wisatawannya, tidak didukung oleh kualitas destinasi. Hal tersebut yang memberikan alasan pentingnya Indonesia menjadikan destinasi-destinasi pariwisata yang dapat menciptakan *sustainable tourism* di negaranya, dijelaskan oleh Teguh dan Avenzora (2013:29):

*In Indonesia, the concept of sustainable tourism development is already incorporated as key element in the Tourism Act, Law No. 10 of the year 2009, where the concept of sustainability must encompass the natural, social, economic and cultural environments. Thus meaning that the development of a tourism destination must be based on policies and implementation of policies that are based on sustainability, where social and economic benefits may be derived from a tourism area, however, without the destruction of the environment and local cultures. In this context, therefore also, the behavior of tourist in responsible tourism and*

Chaerul Aldira, 2014.

*SUSTAINABLE TOURISM DI PANTAI KUTA BALI DALAM PERSEPSI WISATAWAN MELALUI MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

*the code of ethics of tourism form an integral part in the realization of sustainable tourism.*

Pernyataan tersebut menyatakan, *sustainable tourism* adalah kegiatan pariwisata yang menciptakan keuntungan untuk ekonomi, sosial, kebudayaan dan lingkungan alam di sebuah destinasi yang yang dapat dirasakan oleh masyarakat lokal dan memperhatikan mengenai kepuasan wisatawan serta sudah diatur dalam Undang-Undang Kepariwisata. Ni Ketut Arismayanti (180:2010) juga memberikan penjelasan mengenai gambaran pariwisata di Pantai Kuta:

Kawasan Wisata Kuta dan Tuban yang berkembang secara alami tanpa perencanaan yang matang menghadapi berbagai permasalahan, seperti abrasi pantai, tata ruang yang tidak tertata, sanitasi lingkungan yang kurang baik serta terganggunya upacara Agama Hindu yang dilaksanakan di Pantai Kuta (bebasnya wisatawan menonton pelaksanaan upacara dengan pakaian yang kurang sopan), untuk itu perlu dilakukan pengaturan dan *monitoring*

Menurut Madiun (2009:7) kawasan destinasi Pantai Kuta, bahkan telah memiliki indikator sebagai destinasi yang memiliki *positioning* di Indonesia yaitu, *community involvement* atau keterlibatan masyarakat lokal yang tinggi sebagai salah satu elemen, yaitu sosial dalam *sustainable tourism*. Penjelasan tersebut, menyatakan bahwa Pantai Kuta masih berpeluang dalam menciptakan *sustainable tourism*. Tetapi, kenyataan yang terjadi adalah adanya *gap* antara Kemenparekraf sebagai pemerintah pembuat program *sustainable tourism* dengan wisatawan khususnya wisman.

Victor dan Rebecca (1998:120) menyebutkan “*The sustainable tourism can be created through these things knowledge of tourist (number ->expenditure->characteristic->motivations->behavior) and development of products (segmenting->determining)*”. Selengkapnya secara peringkat pada Tabel 1.4

**TABEL 1.4**  
**RANK OF KNOWLEDGE OF TOURIST TO CREATE SUSTAINABLE TOURISM IN THE DESTINATION**

<i>Knowledge of tourist</i>	<i>Number</i>
	<i>Expenditure</i>
	<i>Characteristic</i>
	<i>Motivations</i>
	<i>Behavior</i>

Sumber: Victor dan Rebecca (1998:120)

Berdasarkan Tabel 1.4, menyatakan bahwa elemen pertama yang menjadi prioritas dalam menciptakan *sustainable tourism* adalah memberikan

Chaerul Aldira, 2014.

*SUSTAINABLE TOURISM DI PANTAI KUTA BALI DALAM PERSEPSI WISATAWAN MELALUI MOTIVASI DAN PERILAKU WISATAWAN*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

pengetahuan kepada wisatawan mengenai program *sustainable tourism* di destinasi.

Pengetahuan kepada wisatawan secara berurutan didapatkan oleh pemasar, dimulai dengan mengetahui jumlah wisatawan, jumlah pengeluaran wisatawan, karakteristik wisatawan, motivasi wisatawan dan perilaku wisatawan. Wisman Pantai Kuta Bali yang belum mendapatkan pengetahuan tersebut, menjadikan persepsi yang berbeda dengan pemerintah. Menurut Baloglu dan Mangloglu (2001:22) perbedaan persepsi dapat dipengaruhi oleh faktor internal (*needs* dan *wants*) yaitu motivasi dan faktor eksternal (*past experience*) yaitu pengalaman. Ketika wisatawan sudah memiliki persepsi terhadap destinasi maka, akan muncul motivasi, perilaku, dan sikap wisatawan, hal tersebut dijelaskan oleh "*In general, tourists behavior will be influenced by their perception, motivation, and attitude.*"

Wisatawan yang merupakan salah satu elemen dalam industri pariwisata, oleh karena itu peneliti meneliti motivasi dan perilaku wisatawan. Berdasarkan Pike (2008:94) "*Motivation is a complex topic in tourist behavior, and its study requires a mix of conceptual skills, awareness of the history of the concept and a view of its role as both an instrumental and interpretive tool in studying people who travel.*" Keterangan tersebut menjelaskan, mempelajari motivasi wisatawan merupakan hal kompleks dalam perilaku wisatawan, dibutuhkan kemampuan konseptual, mengenal sejarah wisatawan, dan memerankan dan mengintrepetasikan wisatawan.

Kozak (2001:76) menyatakan bahwa "*The comparative studies include work that compares groups on showed motivation can be influenced on destination image, attitudes / behavior, on travel patterns, in communication style and on satisfaction levels.*" Penjelasan tersebut, menyatakan beberapa hal yang akan dipengaruhi oleh motivasi wisatawan, *image* destinasi, perilaku wisatawan, pola wisata, berkomunikasi dan kepuasan wisatawan. Peneliti menilai perilaku wisatawan lebih dipengaruhi dibandingkan yang lainnya, sesuai Mansfeld (1992:31) menyebutkan "*Suggested that improved travel motivation theory would benefit the study of both travel behavior and travel choice.*" Penjelasan tersebut menerangkan, mempelajari motivasi wisatawan akan memberikan keuntungan untuk perilaku wisatawan dan pilihan wisata.

Pike (2008:64) menambahkan bahwa "*Travel needs / motives the forces that drive travel behavior.*" Penjelasan tersebut menyebutkan bahwa. Motivasi wisatawan akan mempengaruhi perilaku wisatawan di destinasi. Hal serupa dijelaskan oleh Sanitmacharo yang menyatakan (2006:130) "*It is one of the most commonly cited theories of motivation in the study of tourist behavior*". Pernyataan tersebut, menjelaskan bahwa motivasi dan perilaku wisatawan merupakan satu kesatuan, karena motivasi wisatawan dipelajari di bidang perilaku wisatawan.

Berdasarkan Pike (2004:111) "*Therefore, an individual's travel preferences and behaviour can change during a lifetime as needs and motives are learned*". Pilihan dan perilaku wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata akan berubah-ubah, selama kebutuhan dan motivasi wisatawan masih dipelajari. Menurut Sanitmacharo (2013:132) "*Tourism researchers create various typologies of the tourist in an attempt to explain lifestyles of the tourists on how and why people differ in tourist behavior*". Berdasarkan pernyataan tersebut bahwa perilaku wisatawan dapat diketahui melalui tipologi wisatawan karena perilaku wisatawan sangat luas untuk didefinisikan dan diberi ciri khas.

Perilaku wisatawan dimulai dari pra wisata yang dipengaruhi oleh motivasi, yaitu wisatawan akan mempertimbangkan hal-hal dan informasi sebelum berwisata seperti dinyatakan oleh Seddighi dan Theocharous (2002:479) bahwa "*Subsequent to the decision to take a holiday, come the choices related to different elements of the tourism product, starting with the location (destination), transport and accommodation that will secure the holiday experience.*"

Motivasi dan perilaku wisatawan (*tourist motivation and behavior*) akan menghasilkan persepsi terhadap program *sustainable tourism* di destinasi. *Strategic Plan Sustainable Tourism and Green Jobs for Indonesia* menyatakan bahwa "*Tourists' behaviour is an important variable in sustainable tourism. They need to be informed and educated in such a way to understand and act responsibly towards the environment, local cultures and communities.*" Pernyataan tersebut menjelaskan, bahwa motivasi dan perilaku wisatawan merupakan elemen penting dalam penilaian atau persepsi mengenai program *sustainable tourism* di suatu destinasi wisata. Wisatawan perlu diberikan



informasi dan pengetahuan untuk mengerti terlebih dahulu dan melakukan tanggung jawab terhadap lingkungan, kebudayaan dan masyarakat lokal.

Peneliti melanjutkan dan menerapkan prinsip motivasi dan perilaku wisatawan untuk menciptakan *sustainable tourism* pada penelitian yang telah dilakukan Parintorn Sanitmacharo pada tahun 2006 dengan judul “*A Study of Tourist Behavior: A Case of Study of Independent European Travelers in Bangkok*” dan oleh Adrian Budeanu pada tahun 2007 “*Sustainable tourist behaviour – a discussion of opportunities for change*” Banyak teori dan penjabaran menerangkan bahwa motivasi dan perilaku wisatawan lah yang memiliki hubungan cukup kuat untuk ikut memberikan persepsi sebuah keadaan dimana suatu destinasi dapat *sustain* atau dengan kata lain terciptanya suatu *sustainable tourism*.

Berdasarkan pernyataan di atas maka perlu diteliti bagaimana motivasi dan perilaku wisatawan dapat menciptakan *sustainable tourism* di destinasi tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis ingin mengadakan penelitian dengan judul “**Sustainable Tourism Di Pantai Kuta Bali Dalam Persepsi Wisatawan Melalui Motivasi dan Perilaku Wisatawan**” (Survey Terhadap Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung di Pantai Kuta Bali).

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Kuta Bali
2. Bagaimana gambaran perilaku wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Kuta Bali
3. Bagaimana gambaran *sustainable tourism* di Pantai Kuta Bali
4. Bagaimana pengaruh motivasi terhadap perilaku wisatawan serta dampaknya dalam persepsi mengenai program *sustainable tourism* di Pantai Kuta Bali

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai:

1. Motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Kuta Bali
2. Perilaku wisatawan untuk berkunjung ke Pantai Kuta Bali
3. Gambaran *sustainable tourism* di Pantai Kuta Bali
4. Pengaruh motivasi terhadap perilaku wisatawan serta dampaknya dalam persepsi mengenai program *sustainable tourism* di Pantai Kuta Bali

#### **1.4. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian yang dilakukan penulis dibagi dua, yaitu kegunaan teoritis dan praktis.

##### **1.4.1 Kegunaan Akademik (Teoritik)**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmu *marketing management*, khususnya strategi pemasaran yang mempelajari mengenai motivasi dan perilaku wisatawan terhadap *sustainable tourism*. Memahami dan mempelajari mengenai ilmu *marketing management* khususnya pada kajian motivasi dan perilaku wisatawan banyak ilmu yang bermanfaat di masa yang akan datang. Kajian tersebut melihat adanya pergeseran motivasi dan perilaku wisatawan pada kondisi global saat ini. Mengetahui motivasi dan perilaku wisatawan yang mengalami pergeseran, dalam manajemen pemasaran pariwisata merupakan suatu keharusan dalam ilmu pemasaran. Oleh karena itu, memahami motivasi dan perilaku wisatawan akan menciptakan suatu keadaan dimana destinasi *sustainable*, serta dapat memberikan masukan bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pemasaran pariwisata.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis (Empirik)**

Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, Dinas Kebudayaan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bali Pariwisata Kabupaten Badung dalam meningkatkan pengembangan kualitas destinasi untuk peningkatan jumlah kunjungan wisata.

