

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MOTIVASI REPEATER TOURIST PADA DESTINASI SAKURA HILLS TAWANGMANGU

Gabriella Charoline Violeta Toelle^{1*}, Hermino Narang¹, Yanti¹, Delci Fanggi¹, Leo Chandra Simanjuntak¹

¹Program Studi Pariwisata, Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan, Indonesia

*Email Corresponding Author: gabbycharoline@gmail.com

ABSTRAK

Repeater tourist telah menjadi sasaran bagi industri pariwisata dalam meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. *Repeater tourist* merupakan wisatawan yang sangat tertarik dengan destinasi wisata tertentu sehingga mereka sering mengunjungi kembali tempat tersebut. Sakura Hills merupakan destinasi wisata alam dengan nuansa Jepang yang menargetkan *repeater tourist* dengan mempertahankan kualitas dari produk dan pelayanannya. Penelitian ini bertujuan untuk menggali faktor-faktor yang mempengaruhi motivasi *repeater tourist* di Sakura Hills. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dengan responden sebanyak 53 responden yang telah berkunjung lebih dari satu kali ke Sakura Hills. Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa motivasi *repeater tourist* di Sakura Hills dipengaruhi secara signifikan oleh *physical or physiological motivation, cultural motivation, social motivation or interpersonal motivation, dan fantasy motivation*. Selain itu, keputusan wisatawan berkunjung kembali ke Sakura Hills dipengaruhi oleh kebutuhan dasar manusia seperti yang dikemukakan oleh Maslow. Temuan dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat bagi manajemen dan operasional dari Sakura Hills sehingga mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi motivasi *repeater tourist* berkunjung ke Sakura Hills agar dapat terus meningkatkan daya tarik maupun atraksi yang ada di Sakura Hills.

Kata Kunci: *repeater tourist*, motivasi, wisatawan, komponen pariwisata

ABSTRACT

Repeater tourists have become a target for the tourism industry in increasing the number of tourist visits. *Repeater tourists* are tourists who are so interested in certain tourist destinations that they often revisit the place. Sakura Hills is a natural tourist destination with Japanese nuances that targets *repeater tourists* by maintaining the quality of its products and services. This study aims to explore the factors that influence *repeater tourist* motivation at Sakura Hills. The method used in this research is descriptive qualitative method using data collection technique of observation, interview, documentation and questionnaire distribution using Likert scale with 53 respondents who have visited more than once to Sakura Hills. From the results of the study, it was found that the motivation of *repeater tourists* in Sakura Hills is significantly influenced by *physical or physiological motivation, cultural motivation, social motivation or interpersonal motivation, and fantasy motivation*. In addition, the decision of tourists to visit Sakura Hills again is influenced by basic human needs as stated by Maslow. The findings of this study are expected to provide benefits for the management and operations of Sakura Hills so that they know what factors influence the motivation of *repeater tourists* to visit Sakura Hills so that they can continue to improve the attractions and attractions in Sakura Hills.

Keywords: *repeater tourist, motivation, tourists, tourism components*

History Article: Submitted 11 January 2024 | Revised 03 February 2024 | Accepted 10 February 2024

1. PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor penting dalam pengembangan industri pariwisata. Salah satu cara untuk meningkatkan jumlah kunjungan adalah dengan menargetkan wisatawan yang melakukan kunjungan berulang (*repeater tourist*). *Repeater Tourist* telah menjadi sasaran yang sangat penting bagi industri pariwisata karena mereka cenderung menghabiskan lebih banyak uang dan memesan jauh lebih lama selama tinggal ataupun berkunjung di suatu destinasi. Hal ini didukung oleh Ababneh (2013) yang menyatakan bahwa faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, fasilitas yang dimiliki, aksesibilitas yang baik, serta daya tarik wisata yang menarik merupakan hal yang mempengaruhi kepuasan wisatawan, tingkat kunjungan wisatawan, serta niat kunjungan kembali yang diperoleh berdasarkan kesan yang didapatkan oleh wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi sebuah destinasi untuk memahami motivasi *repeater tourist* agar dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat.

Motivasi *repeater tourist* sangat penting dalam memahami keinginan wisatawan untuk kembali mengunjungi destinasi yang sama. Beberapa faktor yang mempengaruhi seseorang untuk memutuskan datang kembali ke destinasi yang sama adalah karena merasa puas terhadap kualitas layanan yang diperoleh dan mendapat manfaat serta nilai saat mendatangi suatu destinasi, hal ini berguna untuk menenangkan diri dari tekanan dan rutinitas yang dialami guna memperoleh pengalaman yang menyenangkan dan memberikan rasa aman. Faktor lain yang mempengaruhi wisatawan untuk datang kembali yaitu adanya kelengkapan fasilitas penunjang yang tersedia dan adanya rasa aman dan kenyamanan (Sugiarto et al., 2023), sehingga akan timbul kepuasan dan kepercayaan wisatawan yang akan memberikan dampak yang positif bagi destinasi wisata. Dampak positif yang akan timbul seperti wisatawan akan melakukan kunjungan ulang dan memberikan respon positif mengenai destinasi tersebut kepada orang lain.



Gambar 1. Peta menuju Sakura Hills

Sumber : *Google Maps*

Sakura Hills terletak di Jalan Raya Matesih-Tawangmangu, No.16, Gondosuli Kidul, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Untuk menuju ke destinasi ini, diperlukan waktu sekitar 1 jam 34 menit menggunakan kendaraan pribadi atau transportasi umum. Sakura Hills merupakan salah satu wisata alam yang mengolaborasikan konsep ala negara sakura dengan nuansa alam pegunungan. Kompleks ini terdiri dari area berfoto dengan tema negara Jepang, tersedianya penyewaan mobil *jeep*, persewaan kimono, *cinema* 3 dimensi, serta tersedianya akomodasi yaitu *Supercamp* dan Rumah Kaca yang menawarkan pengalaman baru bagi wisatawan. Oleh karena itu, dengan adanya atraksi yang ada menjadikan Sakura Hills menjadi tempat yang diminati oleh wisatawan individu, grup, bahkan keluarga.

Kunci utama dalam pengelolaan sebuah destinasi pariwisata adalah masyarakat lokal, *stakeholder*, pemerintah, dan wisatawan. Sebuah destinasi pariwisata perlu memahami karakteristik wisatawan sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut agar pariwisata yang ada dapat terus berlanjut. Berdasarkan hal tersebut, Sakura Hills perlu mempertahankan kualitas dari produk dan pelayanannya guna mempertahankan wisatawan yang ada sehingga dapat menciptakan hubungan jangka panjang antara wisatawan dengan destinasi yang ada (Saputra & Sukana, 2013).

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Motivasi Wisatawan

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), motivasi adalah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan. Dalam kata latin, motivasi digunakan kata “*movere*”, yang memiliki arti dorongan, daya penggerak, atau kekuatan yang mengakibatkan munculnya suatu tindakan atau perbuatan. Sedangkan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan atau pergi ke suatu tempat tertentu, baik dalam negeri ataupun luar negeri, untuk tujuan rekreasi, pendidikan, budaya, bisnis, atau keperluan pribadi lainnya. Berdasarkan pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa motivasi wisatawan adalah faktor yang mendorong timbulnya keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan pariwisata. Hal ini dikarenakan adanya daya tarik dan keistimewaan yang ditawarkan oleh objek wisata yang akan dikunjungi.

Motivasi perjalanan wisatawan dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu faktor eksternal dan internal. Sedangkan faktor eksternal merupakan faktor yang timbul dari luar diri wisatawan, misalnya lingkungan, sarana prasarana, norma sosial, dan lainnya (Pitana & Gayatri, 2005). Faktor internal merupakan faktor yang timbul dari wisatawan itu sendiri seperti yang telah dikemukakan oleh Abraham Maslow yang mengeluarkan teori terkait kebutuhan manusia yang disebut “*Maslow Hierarchy of Needs*”, yang dijabarkan sebagai berikut :

- a. Kebutuhan fisiologis, yaitu kebutuhan yang harus dipenuhi oleh individu untuk bertahan hidup.
- b. Kebutuhan akan rasa aman, yaitu kebutuhan bagi individu untuk merasa aman secara fisik maupun psikologis.
- c. Kebutuhan sosial adalah kebutuhan manusia untuk berinteraksi dengan orang lain dan bergabung dalam masyarakat.
- d. Kebutuhan akan penghargaan (kebutuhan ego). Hal ini berkaitan dengan kebutuhan individu dalam hal kepuasan pribadi, harga diri, penerimaan diri, dan lainnya.
- e. Kebutuhan akan aktualisasi diri, yaitu kebutuhan manusia untuk mengembangkan potensi dirinya hingga mencapai tujuan hidup yang paling tinggi.

Motivasi menurut Goeldner dan Ritchie (2003), mengatakan bahwa alasan seseorang melakukan perjalanan wisata, diantaranya:

- a. *Physical or physiological motivation* (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), yaitu keinginan untuk melakukan relaksasi, kesehatan, kenyamanan, ikut serta dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan lain sebagainya.
- b. *Cultural motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat istiadat, tradisi, suku, kesenian yang ada di daerah lain, serta ketertarikan akan warisan budaya seperti monumen bersejarah.
- c. *Social motivation* atau *interpersonal motivation* (motivasi akan sosial), melakukan perjalanan yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman, keluarga, dan menemui mitra kerja.
- d. *Fantasy Motivation* (motivasi fantasi) yaitu adanya fantasi bahwa jika di daerah lain seseorang akan bisa terlepas dari kegiatan kesehariannya dan *ego-enchancement* dimana dapat memberikan kepuasan psikologis. Hal ini dapat diartikan juga sebagai imajinasi yang timbul dalam pikiran seseorang.

2.2 Teori Repeater Tourist

Repeater tourist adalah istilah yang mengacu pada wisatawan yang melakukan perjalanan ke sebuah destinasi wisata lebih dari satu kali dalam rentang waktu tertentu. Biasanya, *repeater tourist* merupakan wisatawan yang sangat tertarik dengan destinasi wisata tertentu sehingga mereka sering mengunjungi kembali tempat tersebut. *Repeater tourist* dapat diartikan juga sebagai *repeater guest*. Michael Schubach dan Lisa Philips (2020), mengatakan bahwa *repeater guest* adalah seseorang yang menyokong hotel, resort, maupun destinasi wisata di masa lalu.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa *repeater tourist* merupakan seseorang yang berperan penting dalam bertumbuhnya sebuah objek wisata.

Istilah *repeater tourist* juga dapat diartikan sebagai turis yang sering kali mengulangi atau kembali ke destinasi yang sama. Hal ini tentunya didasari oleh beberapa hal. Beberapa faktor diantaranya adalah :

- a. Adanya daya tarik khusus, dimana destinasi yang dikunjungi memiliki daya tarik khusus atau keunikan yang membuat seseorang ingin kembali lagi ke tempat tersebut. Daya tarik yang dimaksud dapat berupa daya tarik alam, budaya, atraksi tertentu yang hanya dapat ditemui di tempat tersebut.
- b. Kenangan positif. Hal ini dapat terjadi jika wisatawan yang mengunjungi sebuah destinasi mendapatkan kenangan yang positif, seperti pengalaman yang menyenangkan dan lainnya, sehingga mereka akan memilih untuk melakukan kunjungan berulang ke destinasi yang sama.
- c. Hubungan pribadi atau bisnis. Seseorang dapat berkunjung ke tempat yang sama secara berulang jika secara kebetulan mereka memiliki keluarga atau teman bahkan memiliki kepentingan bisnis di tempat tersebut.
- d. Perubahan yang minim. Destinasi tersebut mungkin tidak mengalami atau melakukan perubahan signifikan dari waktu ke waktu, sehingga wisatawan merasa bahwa mereka dapat terus menikmati pengalaman yang sama setiap kali mereka berkunjung.
- e. Keterbatasan waktu dan biaya. Wisatawan berkunjung kembali ke tempat yang sama dapat terjadi jika mereka memiliki kendala waktu dan biaya. Misalnya destinasi tersebut memiliki jarak yang paling dekat dengan lokasi mereka saat ini, atau mereka takut mencoba destinasi yang baru yang kemungkinan akan memerlukan biaya yang lebih mahal.

2.3 Teori Komponen Pariwisata

Dalam perkembangan pariwisata, terdapat empat komponen yang harus diperhatikan. Komponen tersebut disebut dengan 4A. Empat aspek ini menjadi aspek yang sangat penting dikarenakan suatu destinasi wisata harus berkelanjutan. Saat ini, setiap destinasi pariwisata berlomba-lomba untuk memaksimalkan empat komponen tersebut agar pariwisata yang ada didalamnya bisa berjalan dengan maksimal. Komponen tersebut adalah (Cooper et al., 1993) :

- a. *Atraksi*
Atraksi merupakan salah satu aspek utama dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Atraksi yang dikembangkan merupakan modal kepariwisataan di destinasi tersebut. Beberapa atraksi yang dapat menarik kunjungan wisatawan adalah atraksi alam, budaya, maupun buatan. Adanya atraksi wisata menjadi motivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata yang ada.
- b. *Amenity* (fasilitas)
Amenitas adalah fasilitas maupun sarana prasarana yang berada di sebuah destinasi wisata yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Fasilitas yang harus tersedia seperti akomodasi, restoran, toilet, toko oleh-oleh, mushola, tempat parkir, dan lainnya.
- c. *Accessibility* (aksesibilitas)
Aksesibilitas adalah segala transportasi ataupun akses transportasi yang dapat dengan mudah dijangkau oleh wisatawan. Sebuah destinasi wisata harus memiliki aksesibilitas yang baik sehingga wisatawan dapat dengan mudah berkunjung ke tempat tersebut.
- d. *Ancilliary* (pelayanan tambahan)
Hal ini merupakan pelayanan ekstra yang juga harus disediakan di sebuah objek wisata. Pelayanan yang dimaksud seperti lembaga pengelolaan, *tour guide*, *travel agent*, dan *stakeholder*.

3. METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami fenomena yang dialami seperti perilaku, persepsi, motivasi,

tindakan, dan lainnya dengan cara mendeskripsikan hasil temuan dalam bentuk kata-kata atau narasi (Moleong, 2017).

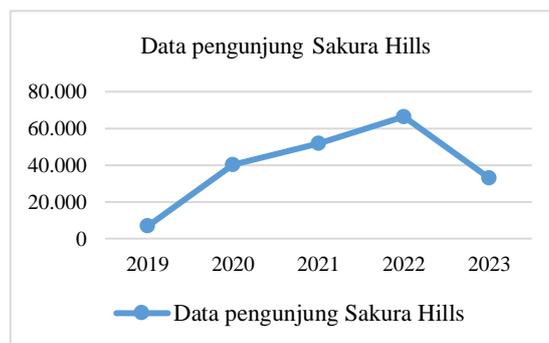
Lokasi penelitian berada di Jalan Raya Matesih-Tawangmangu, No.16, Gondosuli Kidul, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Topik yang diteliti dalam penelitian ini adalah tentang faktor-faktor motivasi perjalanan dan *repeater tourist*. Motivasi perjalanan yang dibahas dalam penelitian ini meliputi kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, aktualisasi diri, *physical or physiological motivation*, *cultural motivation*, dan *fantasy motivation*. *Repeater tourist* di simpulkan berdasarkan analisis karakteristik wisatawan dan alasan wisatawan datang kembali ke Sakura Hills.

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Dalam persiapannya, peneliti terlebih dahulu membuat kuesioner dengan beberapa daftar pertanyaan yang relevan dengan topik yang diteliti. Alat ukur yang peneliti gunakan adalah skala Likert yang merupakan salah satu alat ukur guna mengukur sikap, pendapat, persepsi, serta fenomena sosial yang terjadi. Setelah itu, peneliti menyiapkan *barcode* sebagai alat bantu peneliti ketika terjun ke lapangan, sehingga dapat memberikan alternatif kepada responden dalam mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Hal ini dilakukan guna mempermudah jangkauan peneliti akan seluruh wisatawan yang berkunjung ke Sakura Hills dan kemudian peneliti akan memilih responden yang sesuai dengan kriteria yang dicari. Informan yang dipilih adalah pengelola dari Sakura Hills. Responden dalam penelitian ini berjumlah 53 responden *repeater tourist* yang telah berkunjung ke Sakura Hills lebih dari 1 kali.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

Sakura Hills merupakan destinasi wisata yang berada di Jalan Raya Matesih-Tawangmangu, No. 16, Gondosuli Kidul, Kecamatan Tawangmangu, Kabupaten Karanganyar, Jawa Tengah. Objek wisata ini merupakan objek wisata alam dimana mengkolaborasikan konsep alam dengan tema negara Jepang sebagai daya tarik utamanya. Hal inilah yang membuat Sakura Hills menjadi salah satu destinasi wisata yang diminati banyak wisatawan.



Gambar 2. Data Pengunjung Sakura Hills
Sumber: Pengelola Sakura Hills, 2024

Destinasi wisata Sakura Hills diresmikan pada tahun 2018, tepatnya pada 27 Januari 2018. Berdasarkan data pengunjung selama lima tahun terakhir, jumlah pengunjung di Sakura Hills mengalami kenaikan yang signifikan pada empat tahun terakhir. Pada tahun 2019 jumlah pengunjung Sakura Hills dalam satu tahun adalah 6.727 orang, kemudian pada tahun 2020 terjadi lonjakan wisatawan dengan jumlah 40.242 orang, pada tahun 2021 dengan jumlah 51.886 orang dan 66.396 orang pada tahun 2022, tetapi pada tahun 2023, pengunjung Sakura Hills mengalami penurunan pengunjung sebanyak 33.584 orang. Hal ini tentu perlu menjadi evaluasi bagi Sakura Hills untuk terus berusaha meningkatkan kunjungan wisatawan. Namun hingga saat ini Sakura

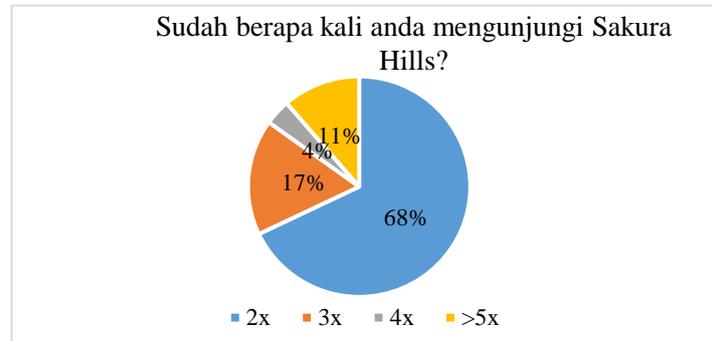
Hills tetap menjadi objek wisata yang diminati banyak wisatawan karena memiliki daya tarik yang berbeda dengan objek wisata lainnya yang ada di Tawangmangu.

4.2. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan kepada pengunjung Sakura Hills, peneliti menemukan bahwa Sakura Hills memiliki wisatawan yang berulang atau *repeater tourist* dimana telah berkunjung ke Sakura Hills lebih dari satu kali. Dari hasil penyebaran kuesioner yang peneliti lakukan, ditemukan motivasi wisatawan yang variatif. Terlihat jelas bahwa Sakura Hills merupakan destinasi yang menarik melalui banyaknya atraksi serta keunikan yang ditawarkan, hal ini menjadikan Sakura Hills menjadi pilihan destinasi para wisatawan melakukan kunjungan berulang.

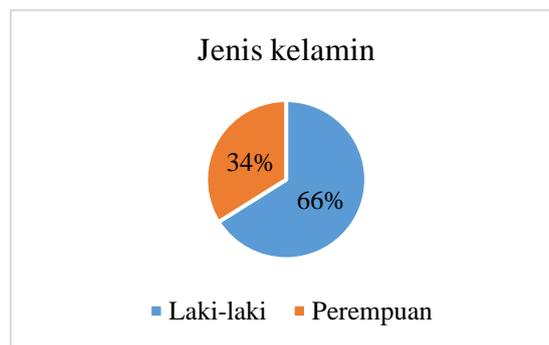
Selain itu, terdapat juga beberapa faktor lainnya yang mempengaruhi motivasi *repeater tourist* memilih Sakura Hills sebagai destinasi wisata. Berikut merupakan jabaran dari kuesioner yang peneliti sebarakan :

1. Aspek Geografis



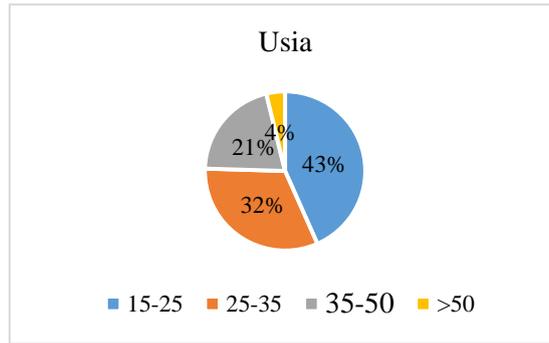
Gambar 3. Jumlah Kunjungan *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Diketahui bahwa Sakura Hills memiliki daya tarik wisata yang sangat menarik dan berbeda dengan destinasi lainnya. Hal ini membuat banyak wisatawan yang memutuskan untuk berkunjung kembali dan menjadi *repeater tourist* dengan persentase kunjungan 2x sebesar 68%.



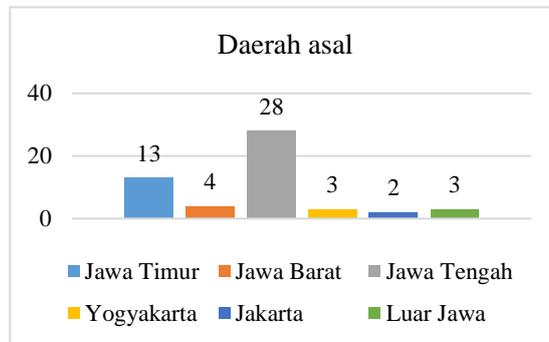
Gambar 4. Jenis kelamin *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Diketahui bahwa rata-rata pengunjung berulang di sakura Hills adalah pria dengan persentase sebesar 66%. Hal ini dikarenakan berdasarkan hasil survei peneliti selama melakukan penelitian di Sakura Hills, peneliti menemui pengunjung Sakura Hills di dominasi oleh keluarga dan pasangan.



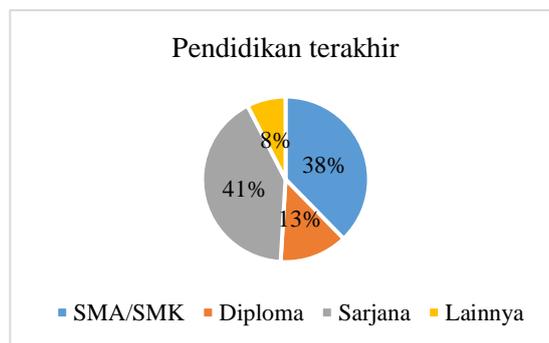
Gambar 5. Usia *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Peneliti menemukan bahwa rata-rata pengunjung berulang di Sakura Hills berusia 15-25 tahun dengan persentase sebesar 43%. Dapat disimpulkan bahwa *repeater tourist* di Sakura Hills merupakan para akil balig (*teenagers*).



Gambar 6. Daerah asal *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Data diolah, 2023

Peneliti menemukan bahwa rata-rata pengunjung berulang di Sakura Hills berasal dari Jawa Tengah yaitu Sukoharjo, Karanganyar, Tawangmangu, Solo, dan Wonogiri, dengan total 28 dari 53 responden yang melakukan kunjungan berulang.



Gambar 7. Pendidikan terakhir *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

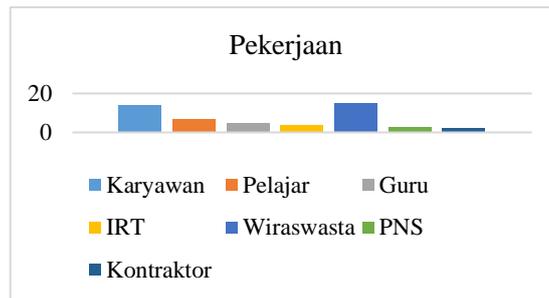
Diketahui bahwa rata-rata pengunjung berulang di Sakura Hills memiliki pendidikan terakhir yaitu Sarjana dengan persentase yang didapatkan yaitu 41%. Hal ini dikarenakan Sakura Hills merupakan destinasi paling tinggi di Tawangmangu yang dekat dengan Gunung Lawu, memiliki

banyak spot foto yang *instagramable* dengan tema khas negara Sakura, serta memiliki banyak aktivitas yang membuat para wisatawan merasa seperti sedang di negara Jepang.



Gambar 8. Pendapatan *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Peneliti menemukan bahwa rata-rata pengunjung berulang di Sakura Hills merupakan golongan menengah ke atas dengan kisaran pendapatan per bulan yaitu lebih dari Rp 2.500.000, dengan persentase sebesar 34%. Menurut Akrom (2014), keputusan wisatawan berkunjung ke sebuah destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh pendapatan. Dimana semakin besar pendapatan seseorang, maka semakin besar kemungkinan seseorang berkunjung ke suatu destinasi wisata. Selain itu, semakin kecil biaya yang digunakan, maka permintaan untuk mengunjungi suatu destinasi akan semakin tinggi (Akrom, 2014).



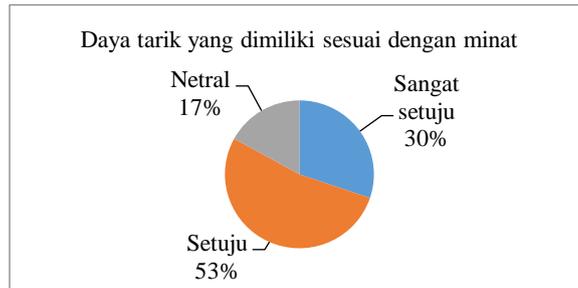
Gambar 9. Pekerjaan *repeater tourist* Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan hasil penyaringan data, ditemukan bahwa rata-rata pekerjaan yang dimiliki oleh wisatawan yang melakukan kunjungan berulang di Sakura Hills adalah Wiraswasta yaitu sebanyak 15 dari 53 responden.

2. Aspek 4 A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, dan Ancillary)

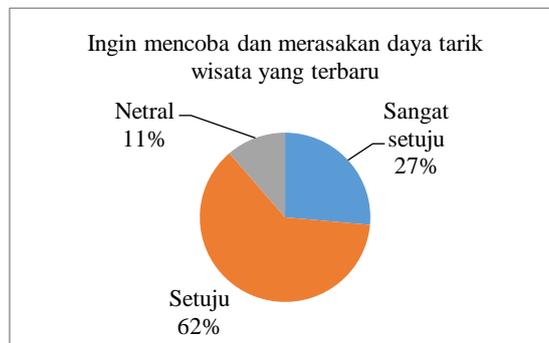
a.) Atraksi

Menurut Suwena dan Widyatmaja (2017), atraksi wisata adalah daya tarik yang dimiliki oleh sebuah objek wisata dimana memiliki nilai tersendiri sehingga mampu menarik wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.



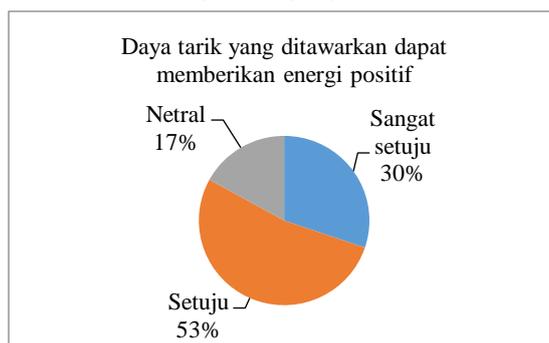
Gambar 10. Motivasi *repeater tourist* di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023

Berdasarkan hasil penyaringan data, ditemukan bahwa 53% orang setuju bahwa daya tarik yang dimiliki oleh Sakura Hills sesuai dengan minat. Minat adalah sesuatu yang tidak timbul dengan sendirinya, melainkan sebuah keinginan hati yang tinggi akan sesuatu, kebutuhan dan perhatian akan sesuatu seperti minat akan belajar, dan lainnya (Haji, 2012).



Gambar 11. Motivasi *repeater tourist* di Sakura Hills.
Sumber: Penulis, 2023.

Peneliti menemukan bahwa 62% *repeater tourist* setuju bahwa alasan mereka melakukan kunjungan kembali adalah mereka ingin merasakan daya tarik wisata yang terbaru. Sebagian besar *repeater tourist* berasal dari perkotaan yang terkenal dengan kondisi geografis yang panas dan padat, berbeda dengan kondisi geografis yang ada di Sakura Hills. Sakura Hills berada di daerah dataran tinggi dimana memiliki iklim dingin yang sejuk.

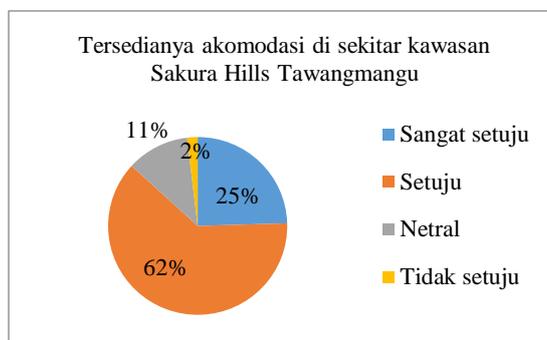


Gambar 12. Motivasi *repeater tourist* di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Peneliti menemukan bahwa 53% *repeater tourist* di Sakura Hills setuju bahwa daya tarik yang ditawarkan Sakura Hills dapat memberikan energi yang positif. Dewa Gde Satrya dalam Sugiarto, dkk (Sugiarto et al., 2023), mengatakan bahwa salah satu kebutuhan utama manusia akan kegiatan wisata merupakan kegiatan yang bertujuan untuk menyeimbangkan kehidupan (*live balancing*) dari rutinitas kesehariannya.

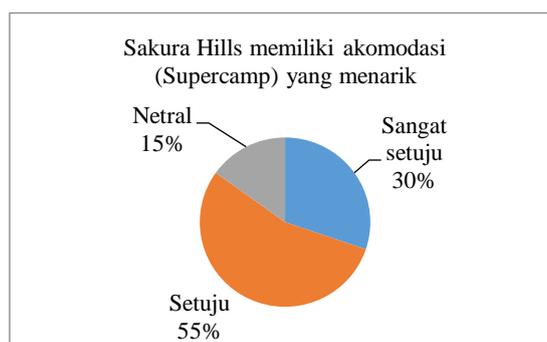
b.) Akomodasi

Akomodasi menurut Ismayanti (2011), adalah sebuah sarana yang menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dilengkapi dengan adanya pelayanan makanan dan minuman sebagai fasilitas pendukung pariwisata.



Gambar 13. Akomodasi di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Berdasarkan penyaringan data, ditemukan bahwa 62% *repeater tourist* setuju bahwa di sekitar Sakura Hills tersedia banyak akomodasi yang dapat digunakan wisatawan yang ingin menginap di sekitar Sakura Hills.

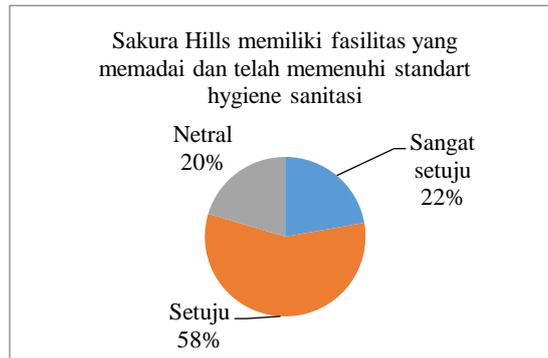


Gambar 14. Akomodasi di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Sakura Hills memiliki fasilitas akomodasi yaitu Supercamp dan Rumah Kaca. Fasilitas ini tidak hanya bisa dinikmati oleh para pengunjung Sakura Hills saja, namun dapat juga di gunakan oleh wisatawan dari luar. Lokasi Supercamp dan Rumah Kaca berlokasi sekitar 200 meter dari pos pendakian Gunung Lawu, Cemoro Kandang dan berada di dalam kawasan Sakura Hills. Supercamp merupakan sebuah penginapan yang berbentuk seperti tenda dengan fasilitas nuansa khas Jepang. Selain itu, disediakan juga air belerang asli yang dapat digunakan oleh wisatawan yang menginap. Terdapat juga Rumah Kaca yang memiliki keunggulan selain fasilitas yang ditawarkan sangat memadai, atap dari akomodasi tersebut menggunakan kaca, sehingga wisatawan bisa mendapatkan lebih banyak matahari. Hal ini dapat memberikan pengalaman yang baru kepada wisatawan sehingga dapat menjadi salah satu faktor wisatawan melakukan kunjungan kembali ke Sakura Hills.

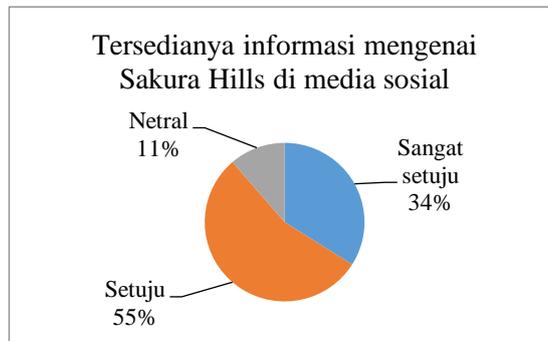
c.) Amenitas

Amenitas adalah keseluruhan fasilitas yang disediakan sebuah destinasi wisata guna memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke destinasi tersebut (Rossadi & Widayati, 2018) :



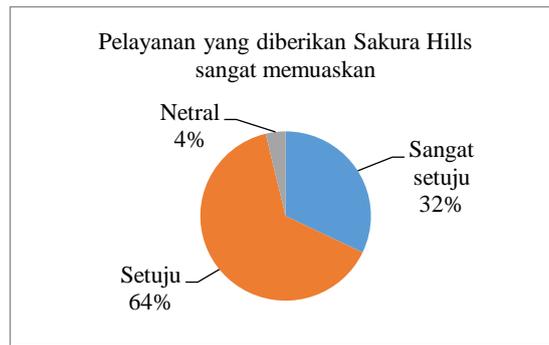
Gambar 15. Amenitas di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Peneliti menemukan bahwa 58% *repeater tourist* setuju bahwa Sakura Hills telah memiliki fasilitas yang memadai dan telah memenuhi standart *hygiene* dan sanitasi. Hal ini dibuktikan bahwa Sakura Hills memiliki area berfoto yang banyak, adanya cinema 3D yang dapat dicoba oleh wisatawan jika ingin menguji adrenalin menonton film secara nyata dengan menggunakan kacamata 3 dimensi, adanya persewaan jeep yang ramah keluarga dengan *tour* dan *track jeep* yang menguji adrenalin, adanya tempat persewaan perahu sehingga wisatawan dapat menikmati pemandangan sambil menyusuri kolam, adanya tempat persewaan kimono yang dapat disewa oleh wisatawan dengan harga yang terjangkau sehingga membuat wisatawan bisa lebih merasa seperti sedang di negara Jepang, adanya restoran yang menjual makanan Jepang dan Indonesia dimana merupakan restoran tertinggi yang ada di Jawa Tengah dengan ketinggian 2020 mdpl, adanya mushola, toilet, serta lahan parkir yang luas. Selain itu, Sakura Hills juga telah memperoleh sertifikat CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability*) oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada tahun 2022. Hal ini membuktikan bahwa seluruh fasilitas yang ada telah memenuhi standart *hygiene* dan sanitasi sehingga aman bagi seluruh wisatawan.



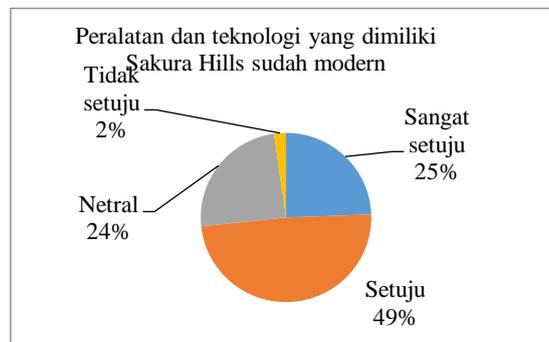
Gambar 16. Amenitas di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa sebesar 55% *repeater tourist* setuju bahwa informasi mengenai Sakura Hills mudah ditemukan di media sosial. Sakura Hills memiliki akun instagram yaitu @sakurahills_tawangmangu sebagai media promosi dan banyaknya media daring yang juga mempromosikan serta mengenalkan Sakura Hills kepada khalayak ramai.



Gambar 17. Pelayanan di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa sebesar 64% *repeater tourist* menyetujui bahwa pelayanan yang diberikan oleh Sakura Hills sangat memuaskan. Kualitas layanan memberikan kontribusi yang cukup besar bagi kepuasan wisatawan selama berkunjung (Tjiptono & Chandra, 2011).

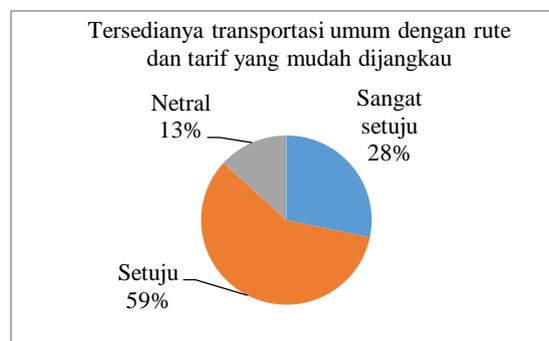


Gambar 18. Amenitas di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Peneliti menemukan bahwa 49% *repeater tourist* setuju bahwa peralatan dan teknologi yang dimiliki Sakura Hills sudah modern. Hal ini dibuktikan dengan adanya transaksi tunai maupun non tunai yang ada di Sakura Hills.

d.) Aksesibilitas

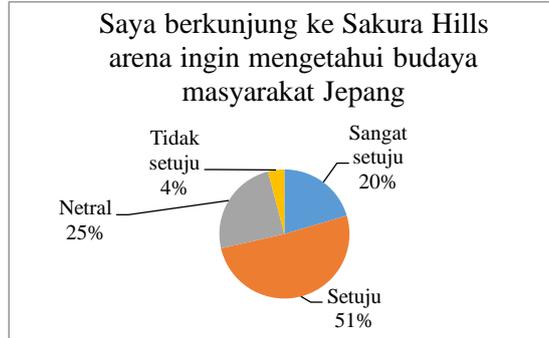
Menurut Tjiptono (2014), aksesibilitas adalah sebuah lokasi yang mudah dilalui dan dijangkau oleh transportasi umum. Aksesibilitas yang baik memudahkan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.



Gambar 19. Aksesibilitas ke Sakura Hills
Sumber : Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan bahwa 59% *repeater tourist* setuju bahwa Sakura Hills memiliki transportasi dengan rute dan tarif yang mudah dijangkau oleh wisatawan.

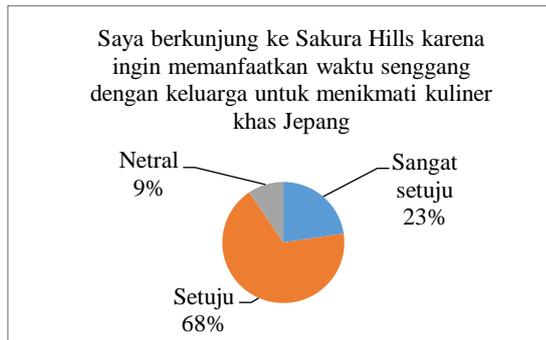
3. *Cultural Motivation*



Gambar 20. *Cultural Motivation* di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

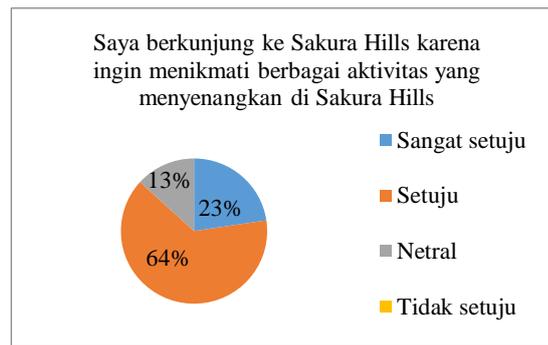
Berdasarkan hasil penelitian bahwa 51% *repeater tourist* setuju bahwa Sakura Hills memiliki budaya Jepang yang dapat ditawarkan oleh wisatawan. Budaya Jepang yang berada di Sakura Hills meliputi *Javanese tea*, Sewa Pakaian adat Jepang (Kimono), arsitektur bangunan bernuansa Jepang, menawarkan makanan khas Jepang seperti bento *box*, ramen, *tori katsu*, dan *rice bowl*. Selain itu Sakura Hills juga memperkenalkan tentang budaya Zen yaitu budaya menyusun batu yang dipercaya dapat menghilangkan masalah dengan berfokus hanya kepada satu titik.

4. *Fantasy Motivation*



Gambar 21. *Fantasy Motivation* di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan 68% *repeater tourist* setuju bahwa wisatawan ingin mengunjungi Sakura Hills karena ingin memanfaatkan waktu senggang dengan keluarga untuk menikmati kuliner khas Jepang. Dengan melakukan liburan ke Sakura Hills memberikan suasana yang langsung berhubungan dengan alam.



Gambar 22. *Fantasy Motivation* di Sakura Hills
Sumber: Penulis, 2023.

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan 64% *repeater tourist* setuju bahwa wisatawan mengunjungi Sakura Hills karena ingin menikmati berbagai aktivitas yang menyenangkan di Sakura Hills. Aktivitas yang ditawarkan oleh Sakura Hills kepada wisatawan diantaranya : wahana lawu *jeep adventure*, *forest canopy tour*, memiliki beragam spot foto, *super camp*, *Nihon Gallery*, dan terdapat penyewaan perahu.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan di Sakura Hills, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. *Repeater tourist* merupakan wisatawan yang sangat tertarik dengan destinasi tertentu sehingga mereka sering kembali mengunjungi tempat yang sama. Faktor yang mempengaruhi individu untuk berkunjung kembali ke destinasi yang sama yaitu, karena mereka merasa puas terhadap kualitas layanan serta fasilitas yang tersedia. Keputusan berkunjung dipengaruhi oleh motivasi yang timbul dalam diri seseorang. Jika sebuah destinasi wisata dapat memenuhi kebutuhan yang diharapkan oleh wisatawan maka destinasi tersebut akan menjadi pilihan dengan harapan destinasi tersebut dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka. Motivasi utama wisatawan melakukan kunjungan *repeater tourist* pada penelitian ini adalah motivasi fisik, budaya, sosial, dan fantasi. Hal ini membuktikan bahwa keinginan untuk bersantai, mengetahui budaya, mendapatkan pengalaman baru, dan pemenuhan kepuasan psikologis merupakan hal yang penting.
- b. Motivasi yang paling unggul diantara motivasi diatas adalah motivasi budaya dan fantasi. Dapat disimpulkan bahwa Sakura Hills dapat memenuhi kebutuhan psikologis dari wisatawan. Tingginya penilaian yang didapatkan membuktikan bahwa motivasi *repeater tourist* berkunjung ke Sakura Hills dikarenakan Sakura Hills dapat memenuhi kebutuhan yang dibutuhkan wisatawan. Kebutuhan yang dimaksud adalah dimana Sakura Hills merupakan destinasi wisata tertinggi di Tawangmangu yang menawarkan pengalaman yang baru kepada wisatawan dengan keindahan alam yang ada sehingga wisatawan dapat melepaskan penat. Keindahan tersebut di kolaborasikan dengan budaya Jepang, dimana adanya arsitektur bernuansa Jepang, bunga sakura yang berkebarisan hampir di seluruh kawasan, tempat persewaan kimono, budaya menyusun batu (*zen*), kuliner khas Jepang, dan atraksi lainnya. Diharapkan Sakura Hills dapat terus konsisten dalam meningkatkan kualitasnya sehingga *repeater tourist* di Sakura Hills semakin meningkat.

6. REFERENSI

- Akrom. (2014). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal*. http://eprints.undip.ac.id/43522/1/10_KHASANI.pdf
- Al-Ababneh, M. (2013). Service Quality and Its Impact on Custom. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(12), 164–177. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3633089>

- Cooper, C., Fketcher, J., Gilbert, D., & Wanhill, S. (1993). *Tourism: Principles, and Practice*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0047287594032003>
- Fox, J. (2020). *Thou Shalt Have No Other Gods before Me*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108773171>
- Goeldner, C. R., & Ritchie, J. R. B. (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies* (ninth edit).
- Haji, D. (2012). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara. <http://difarepositories.uin-suka.ac.id/id/eprint/1%0A>
- Ismayanti. (2011). *Pengantar Pariwisata*. Grasindo. <http://difarepositories.uin-suka.ac.id/id/eprint/1%0A>
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. <https://doi.org/10.4236/inframatics.2023.41001>
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Kencana. http://opac.lib.um.ac.id/oaipmh/./index.php?s_data=bp_buku&s_field=0&mod=b&cat=3&id=33371
- Rossadi, L. N., & Widayati, E. (2018). Pengaruh Aksesibilitas, Amenitas, Dan Atraksi Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Ke Wahana Air Balong Waterpark Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta. *Journal of Tourism and Economic*, 1(2). <https://doi.org/10.36594/jtec.v1i2.27>
- Saputra, I. G. G., & Sukana, I. M. (2013). *Kajian Perilaku Wisatawan Eropa First Timer dan Repeater di Kelurahan Ubud*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/JDEPAR.2013.v01.i01.p03>
- Sugiarto, E., Makiya, K. R., Prasetyo, H., Priyanto, S. E., Deskarina, R., Rohman, N., & Nugrohoi, D. Y. (2023). *Perilaku Wisatawan*. Mata Kata Inspirasi.
- Suwena, & Widyatmaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata* (revisi). https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pondidikan_1_dir/3daa3fbf01385573f120b76e48df024a.pdf
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction* (3rd ed.). Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, and Satisfaction* (3rd ed.).