

PENGARUH KERAMAHTAMAHAN TERHADAP MOTIVASI KUNJUNGAN WISATAWAN KE DESA TESBATAN 1, KABUPATEN KUPANG

Christina Mariana Mantolas

Jurusan Pariwisata, Politeknik Negeri Kupang
Jl. Adisucipto Kampus Penfui-Kupang NTT
E-mail: mantolaschristina@mail.com

Abstrak

Desa Tesbatan 1 menyimpan potensi wisata yang memiliki keindahan serta budaya yang unik dan telah diwariskan turun temurun. Potensi tersebut berada ditengah-tengah kehidupan penduduk desa yang ramah. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan keramahtamahan yang dimiliki oleh penduduk Desa Tesbatan 1, terutama dalam kaitannya dengan motivasi wisatawan untuk berkunjung. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan dua variable X dan Y. Pada penelitian ini yang termasuk variabel bebas yakni keramahtamahan (X), sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) yakni motivasi wisatawan. Dengan menggunakan kuisioner, penelitian ini akan menggunakan teknik non probabilita sampling dengan responden sebanyak 89 orang. Hasil dari penelitian ini adalah variabel motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan dapat di tafsirkan sebesar 54 %. Dengan kata lain keramahtamahan masyarakat mempengaruhi motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan sebesar 54%. Sedangkan sisanya sekitar 46% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel bebas.

Keywords: keramahtamahan, motivasi, wisatawan

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu upaya untuk meningkatkan perekonomian rakyat, devisa negara dan kemajuan teknologi. Daerah-daerah wisata yang sudah maju di bidang pariwisata seperti Bali, Jogja, dan Malang terlihat kehidupan masyarakatnya sudah mapan dan tidak ketergantungan pada profesi sebagai Pegawai Negeri Sipil. Sektor pariwisata sangat membantu masyarakat untuk mendapatkan peluang kerja seperti sebagai guide, pedagang, tenaga transportasi, penjaja kuliner, dan pelayanan jasa lain di daerah objek wisata.

Beberapa faktor yang mendorong majunya pariwisata di suatu daerah adalah adanya daya tarik dan akomodasi yang memadai. Daya tarik yang di maksud adalah terdapatnya sesuatu yang unik di objek wisata yang pada akhirnya memberikan pengalaman dan kenang-kenangan bagi wisatawan yang dapat diceritakan kembali setelah mereka kembali kedaerahnya. Akomodasi dapat membantu wisatawan dalam penyediaan penginapan, dan makan minum

selama berada di daerah objek wisata.

Pariwisata adalah fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi, kebudayaan dan sebagainya. Pengembangan kepariwisataan adalah untuk mendapatkan keuntungan ekonomi, baik untuk pemerintah maupun masyarakat karena kepariwisataan menyangkut manusia dan masyarakat maka kepariwisataan dalam laju pembangunan tidak dapat dilepaskan dari pengaruh aspek sosial. Karena makin disadari bahwa pembangunan kepariwisataan tanpa memperhatikan pertimbangan aspek sosial yang matang akan membawa malapetaka bagi masyarakat, hususnya di daerah pariwisata. Kepariwisataan adalah sesuatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat setempat sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat. Dampak pariwisata terhadap masyarakat seringkali dilihat dari hubungan antara masyarakat dengan wisatawan yang menyebabkan terjadinya proses komoditisasi dan komersialisasi dari keramah-tamahan

masyarakat lokal (Pitana 2005 : 83).

Nusa Tenggara Timur merupakan salah satu provinsi yang terdapat di Indonesia bagian Timur, yang mengembangkan kebudayaan dan pariwisata sebagai pembangunan ekonomi rakyat. Pariwisata menjadi salah satu sektor potensial bagi penerimaan PAD propinsi NTT. Kekayaan potensi objek dan daya tarik wisata sudah tidak diragukan lagi, baik objek wisata alam, budaya maupun minat khusus, yang tersebar hampir disemua wilayah dinilai cukup variatif dan kompentitif. Potensi ini bila dikembangkan dengan baik akan memberikan manfaat ekonomi bagi peningkatan kesejahteraan rakyat.

Wisata alam yang mendukung majunya pariwisata di NTT adalah wisata Taman Komodo di Flores Barat, Pantai Nembrala di Rote, Danau Kelimutu di Flores, Pantai Tablong, Air Terjun Onesu, Air Terjun Tesbatan, Danau Nefako'u di desa Apren Kabupaten Kupang. Selain itu pariwisata di NTT juga sangat didukung oleh budaya, adat istiadat, kerajinan tradisional, dan keramahaman masyarakat setempat. Salah satu budaya, dan adat istiadat di NTT yang dapat menunjang pariwisata adalah suku boti yang kental dengan sosial kemasyarakatannya dan adat istiadatnya. Kepariwisataan di NTT juga didukung oleh seni kerajinan yang dimiliki oleh masing-masing kabupaten yaitu Tenun Ikat, Sasando, Ti'l Langga, dan Moko.

Sosial budaya masyarakat NTT tidak terlepas dari sikap dan keramahaman masyarakatnya, karena keramahaman adalah sebuah perwujudan dari ungkapan rasa kehangatan dalam menerima orang lain, rasa hormat serta persahabatan dan persaudaraan kepada orang lain, terutama pada tamu yang datang. (Hershbeiger 2008) Ungkapan rasa kehangatan dalam menerima tamu atau wisatawan, memberi hormat serta menunjukkan keakrapan dengan persahabatan yang dilakukan oleh masyarakat NTT dapat memberi nilai positif dan kepuasan tersendiri bagi para tamu atau wisatawan yang hendak berkunjung ke NTT.

Desa Tesbatan 1 adalah salah satu desa yang terletak di Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur yang memiliki sikap keramahaman masyarakat. Hal ini sangat mendukung kunjungan wisatawan ke desa

Tesbatan 1, selain didukung oleh kekayaan alam desa Tesbatan 1 seperti air terjun, air ajaib, gua kelelawar, dan panorama desa yang asri dan sejuk. Namun sangat disayangkan masyarakat belum menyadari akan potensi yang dimiliki itu merupakan aset pariwisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisatawan untuk bertualang di desa ini dan juga dapat menopang pendapatan masyarakat lokal. Kehidupan sikap keramahaman masyarakat desa Tesbatan 1 dapat dilihat dari aktivitas sehari-hari masyarakat selalu mengutamakan komunikasi yang sopan dan ramah, perilaku terhadap orang asing, dan kebiasaan makan sirih pinang. Menyuguhkan sirih pinang kepada pendatang asing merupakan adat kebiasaan desa Tesbatan 1 yang diwariskan secara turun menurun. Budaya yang paling dirasakan pada saat pengunjung datang adalah sikap keramahaman, karena hal ini wujud dalam sikap keramahaman masyarakat pada saat melayani tamu dengan melakukan pengalungan selendang dan bahasa daerah berupa pantun yang disebut Natoni. Selama ini masyarakat yang bermatapencaharian petani secara sukarela memberikan sedikit hasil panennya kepada pengunjung yang ingin membeli, artinya mereka tidak pernah menjual hasil kebun mereka kepada pengunjung namun mereka akan memberi sedikit sebagai rasa hormat mereka kepada pengunjung. Namun tidak seluruh masyarakat memiliki jiwa sosial yang tinggi, dan keramahaman terhadap pengunjung, masih ada juga masyarakat yang acuh tak acuh terhadap orang asing yang datang ke desa Tesbatan 1.

Kunjungan wisatawan atau pelancong ke desa Tesbatan menurut kepala desa Dominggus Mnao bahwa pada tahun 2010 – 2011 mengalami peningkatan sedangkan tahun 2012 – 2013 mengalami penurunan.

Tabel 1. Jumlah Pengunjung Wisatawan Ke Desa Tesbatan 1 Tahun 2009 s/d 2013

| No | Tahun | Jumlah Wisatawan |
|----|-------|------------------|
| 1 | 2009 | 500 orang |
| 2 | 2010 | 2.750 orang |
| 3 | 2011 | 2.824 orang |
| 4 | 2012 | 1.014 orang |
| 5 | 2013 | 800 orang |

Sumber : Kantor Desa Tesbatan 1, 2014

Data ini diperoleh berdasarkan data dari kantor desa tesbatan dan interview bersama masyarakat dan kepala desa, akan kunjungan wisatawan dari tahun ke tahun. Dari kehidupan keramahtamahan yang dimiliki masyarakat desa tesbatan , maka dalam penelitian ini akan meneliti apakah ada pengaruh keramahtamahan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke desa Tesbatan?

TINJAUAN PUSTAKA

1. Keramahtamahan

Hershberger,2008. Keramahtamahan adalah sebuah perwujudan dari ungkapan rasa kehangatan dalam menerima orang lain,rasa hormat serta persahabatan dan persaudaraan kepada orang lain, terutama pada tamu yang datang. Destinasi wisata dapat menyebabkan munculnya perasaan wisatawan terhadap kebutuhan yang berkaitan dengan keramahtamahan melalui seseorang atau sesuatu, seperti yang ditulis oleh Robert Christie Mill: *"The hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourists receive while visiting the area. People do not want to go where the do not feel welcome"* (1990).

Faktor- faktor yang mempengaruhi keramahtamah masyarakat menurut Karkus Maniac : 2011 yaitu : Kepribadian sikap seperti: ketulusan, kerendahan hati, skesetiaan, positive thinking,keceriaan,bertanggung jawab, percaya diri, kebesaran diri, dan empati yang mau melayani dan melakukan sesuatu dengan baik. Faktor pembawaan yaitu: kemampuan individu untuk melakukan sesuatu yang sedikit sekali bergantung pada latihan mengenal hal tersebut. Bahkan merupakan interaksi dari faktor genetic dan lingkungan keturunan, warisan biologi,lingkungan alam, faktor sosial, faktor kelompok manusia .

2. Motivasi Wisatawan

Motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan trigger dari proses perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak di sadari oleh wisatawan itu sendiri. Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dan memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, walaupun motivasi ini seringkali tidak di sadari oleh wisatawan itu sendiri. Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dan

memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, kearah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang. (Pitana, 2005:58 dalam Nugraha 2018)Untuk dapat memperoleh pengertian mengenai motivasi, berikut dapat kita lihat pendapat dari beberapa ahli, sebagai berikut:

1. Sudirman

Sudirman mengartikan motivasi suatu dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang menyebabkan orang tersebut bertindak melakukan sesuatu tanpa disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar ia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu. **(Sudirman, 2001:73)**

2. Ngalim Purwanto

Purwanto mengemukakan motivasi segala sesuatu yang mendorong seseorang untuk bertindak melakukan sesuatu. **(Purwanto, 2007)**

Kajian mengenai motivasi wisatawan mengalami pergeseran dari memandang motivasi sebagai proses singkat untuk melihat perilaku perjalanan wisata, kearah yang lebih menekankan bagaimana motivasi mempengaruhi kebutuhan psikologis dan rencana jangka panjang seseorang, dengan melihat bahwa motif intrinstik (seperti *self acualization*) sebagai komponen yang sangat penting. Cohen (1984).

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1977) mengatakan bahwa motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut:

- a. *Physiological Motivation* yaitu(motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan. Berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya.
- b. *Cultural Motivation* (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi, dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (monument bersejarah).
- c. *Social Motivation atau Interpersonal Motivation* (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang di anggap mendatangkan gengsi (nilai pretise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan.

d. *Fantasy Motivation* (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan. (Pitana, 2005: 5)

3. Faktor Pendorong dan Penarik Wisatawan
Keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh kuatnya faktor-faktor pendorong (*push factors*) dan faktor-faktor penarik (*pull factors*). Faktor pendorong dan penarik ini sesungguhnya merupakan faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan. Faktor pendorong umumnya bersifat sosial-psikologis, atau merupakan *person-specific motivation*, sedangkan faktor penarik merupakan *destination-specific attributes* (Richardson dan Fluker, 2004).

Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas daerah mana yang akan dituju. Berbagai faktor penarik yang dimiliki oleh DTW akan menyebabkan orang tersebut memilih DTW tertentu untuk memenuhi *need and want*-nya. Ryan (1991) dari kajian literturnya menemukan berbagai faktor pendorong bagi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata seperti di bawah ini.

- 1) *Escape*. Ingin melepaskan diri dari lingkungan yang dirasakan menjemukan atau kejenuhan dari pekerjaan sehari-hari.
- 2) *Relaxation*. Keinginan untuk rekuperasi/penyegaran, yang juga berhubungan dengan motivasi untuk *escape* di atas.
- 3) *Play*. Ingin menikmati kegembiraan, melalui berbagai permainan yang merupakan permunculan kembali dari sifat kekanak-kanakan dan melepaskan diri sejenak dari berbagai urusan yang serius.
- 4) *Strengthening family bonds*. Ingin mempererat hubungan kekerabatan, khususnya dalam konteks VFR (*Visiting Freinds and Relations*). Keakraban hubungan kekerabatan ini juga terjadi di antara anggota keluarga yang melakukan perjalanan bersama-sama, karena kebersamaan sangat sulit diperoleh dalam suasana kerja sehari-hari di negara industri.
- 5) *Prestige*. Untuk menunjukkan gengsi, dengan mengunjungi destinasi yang menunjukkan kelas dan gaya hidup, yang juga merupakan dorongan untuk meningkatkan status atau derajat sosial.
- 6) *Social interaCion*. Untuk dapat melakukan interaksi sosial dengan teman sejawat atau dengan masyarakat lokal yang dikunjungi.

- 7) *Romance*. Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan suasana romantis atau untuk memenuhi kebutuhan seksual, khususnya dalam pariwisata seks.
- 8) *Educational opportunity*. Keinginan untuk melihat sesuatu yang baru, mempelajari orang lain atau daerah lain, atau mengetahui kebudayaan etnis lain. Ini merupakan pendorong yang dominan di dalam pariwisata.
- 9) *Self-fulfilment*. Keinginan untuk menemukan diri sendiri (*self-discovery*), karena diri sendiri biasanya bisa ditemukan pada saat kita menemukan daerah atau orang yang baru.
- 10) *Wish-fulfilment*. Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi yang lama dicita-citakan, sampai mengorbankan diri dengan cara berhemat agar bisa melakukan perjalanan. The Beard dan Ragheb Leisure Skala Motivasi berpendapat bahwa ada empat motif atau faktor-faktor yang dapat menentukan kepuasan yang diperoleh dari kegiatan rekreasi. Ini empat fakto yang sering terdiri dari 14 item yang dibahas pada bab berikutnya, yang intelektual, motif sosial, penguasaan / kompetensi, dan menghindari stimulus. Motif intelektual, menurut Beard dan Ragheb (1983), "menilai sejauh dimana individu termotivasi untuk terlibat dalam kegiatan rekreasi yang melibatkan aktivitas mental seperti belajar, mengeksplorasi, menemukan, berpikir atau membayangkan "(dikutip oleh Ryan dan Gledon, 1998: 173).

Kerangka Berpikir



METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah salah satu cara penelitian dengan menggambarkan serta mengintrespertasikan suatu objek sesuai dengan kenyataan yang ada. Penelitian deskriptif disebut juga sebagai noneksperimen karena seseorang yang meneiliti tidak melakukan manipulasi variabel dan juga selalu mengutamakan fakta, sehingga penelitian ini murni menjelaskan dan menggambarkan. (Nazir,1988). Adapun variabel dalam penelitian ini terdiri variabel bebas (X) dan variabel (Y) terikat. Pada penelitian ini yang termasuk variabel bebas yakni keramahtamahan (X), sedangkan untuk variabel terikatnya (Y) yakni motivasi wisatawan. Skala yang digunakan dalam mengukur variabel penelitian ini adalah Skala Likert. Skala likert adalah sebuah tipe skala psikometri yang menggunakan angket dan menggunakan skala yang lebih luas dalam penelitian survey. Populasi responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung (wisatawan) yang berkunjung ke desa Tesbatan 1. *Sampling technique* yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu penarikan sampel yang membuat peluang seseorang untuk menjadi responden tidak diketahui (Kusmayadi, 2000:140).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Tesbatan, pada saat itu sebelum terbentuk menjadi desa. Pemerintahan saat itu masih bersifat subraja (pemerintahan berdasarkan keturunan) dan pada saat itu wilayah kepemimpinannya dipimpin oleh seorang temukun. Pada waktu subraja kepemimpinan masih ada pada satu lingkungan yang kecil yang dalam satu warga yaitu warga Bidjae. Sehingga pada tahun 1968 baru terbentuk menjadi sebuah desa yang dinamakan Desa Tesbatan. Jadi arti dari Tesbatan yaitu tes artinya tongkat, batan artinya turun-temurun, jadi Tesbatan artinya tongkat turun-temurun.



Sumber: Google Map

Masyarakat di Desa Tesbatan ada yang mayoritas agama islam dan ada juga mayoritas agama Kristen Protestan (75% agama Kristen Protestan dan 25% mayoritas agama Islam). Sesudah terbentuknya Desa pada saat itu

pemerintahan sudah dirubah. Jadi, pada saat itu dipimpin oleh seorang kepala pemerintah yang pertama kali memimpin Desa Tesbatan yaitu :

- a. Bapak Thomas Bidjae pada tahun 1968-1978 (2 periode). Beliau memimpin Desa Tesbatan selama 10 Tahun, beliau memimpin dengan bijaksana sehingga rakyat hidup dengan penuh ketentraman.
- b. Bapak Imam, Zaith Horsan, pada tahun 1978-1992 (3 periode), beliau memimpin Desa Tesbatan selama 15 tahun, beliau memimpin Desa dengan arif dan bijaksana sehingga desa kami selalu damai dan aman.
- c. Bapak Muksin Masneno, pada tahun 1992-2003 (2 ½ periode) beliau memimpin desa kami selama 12 tahun, beliau memimpin desa kami sesuai dengan sifat yang dimilikinya, akan tetapi beliau memiliki sifat yang jahat, kejam dan galak sehingga beliau diturunkan dari jabatannya sebelum masa kepemimpinannya selesai sehingga digantikan oleh seseorang.
- d. Bapak Dominggus Mnao. Beliau meneruskan kepemimpinannya dimulai dari tahun 2003 hingga sekarang beliau memimpin desa kami dengan arif dan bijaksana sehingga desa kami tetap aman, damai dan sejahtera sampai sekarang ini.

Kehidupan Masyarakat Desa Tesbatan yaitu dengan cara bercocok tanam yaitu tanaman umur pendek (Hotikultural) seperti tomat, lombok, kacang-kacangan dari cara bercocok tanam tersebut. Masyarakat desa Tesbatan dapat memenuhi akan kebutuhan sehari-hari mereka.

Di Desa Tesbatan terdapa tempat-tempat piknik yaitu Air Terjun dan Air Oefatu. Air Terjun ini hidup pada tahun 1980 sampai sekarang sehingga menarik banyak pengunjung air Terjun berada disebuah tempat yang bernama Koat Dusun 1 RT 01/RW 01 Desa Tesbatan. Air Oefatu ini sudah hidup sejak lama, akan tetapi air terjun ini dikenal banyak orang sejak tahun 2010, fungsi dan air Oefatu ini dapat menyembuhkan berbagai penyakit yang diderita oleh setiap orang. Cara menggunakannya yaitu dengan cara meminim dan mandi. Tari-tarian yang terdapat di Desa Tesbatan ada 4 yaitu :

- 1) Koakiko, tarian ini biasa digunakan pada hari proklamasi, makna dari tarian Koakiko adalah menghibur.
- 2) Terian Rabeka, tarian ini biasa dipertunjukkan pada acara pernikahan, makna dari tarian ini untuk menghibur.
- 3) Tarian Gong, tarian ini biasa ditunjukkan pada saat perkunjungan para pembesar

(Bupati dan Gubernur), makna dari tarian ini untuk menghibur para pembesar-pembesar yang datang kedesa kami.

- 4) Tarian Teun Naen, tarian ini digunakan pada acara apa saja. Makna dari tarian ini untuk menghibur. (Yulita Taneo, 2011)

1. Analisa Korelasi

Analisa korelasi adalah cara untuk mengetahui ada atau tidak adanya hubungan antar variabel (Hasan, 2003 : 228). Dalam penelitian ini, hubungan antar variable-variabel penelitian yaitu keramahtamahan (variabel bebas) dengan variabel motivasi wisatawan (variabel terikat) dianalisa secara empiris melalui korelasi bivariat (*bivariate correlation*) dengan menggunakan *Pearson's correlation*.

2. Pengujian Hipotesis Penelitian

Menurut Sekaran (2003) hipotesis merupakan dugaan tentang hubungan yang logis antara dua variabel atau lebih yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang perlu diuji kebenarannya. Penelitian ini mengembangkan beberapa hipotesis yang perlu dilakukan pengujian yaitu :

H_0 = Keramahtamahan tidak berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan

H_1 = Keramahtamahan berpengaruh dan signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan

3. Analisa Regresi Sederhana

Analisa regresi sederhana adalah suatu teknik statistik yang digunakan untuk memprediksi atau menguji pengaruh variabel bebas atau variabel independent terhadap variabel terikat atau variabel dependent. Bila skor variabel bebas diketahui maka skor variabel terikatnya dapat di prediksi besarnya. Analisis regresi sederhana juga dapat dilakukan untuk mengetahui linearitas variabel terikat dengan variabel bebas (Kuncoro,2003). Tujuan menggunakan analisis regresi sederhana dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh keramahtamahan masyarakat terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan. Pada tabel berikut ini diperlihatkan ringkasan hasil analisa regresi sederhana terhadap pengaruh variabel keramahtamahan terhadap motivasi wisatawan.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Analisa Regresi

Sederhana Pengaruh Keramahtamahan Masyarakat Terhadap Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Desa Tesbatan.

| Variabel Terikat | Variabel Bebas | Beta | Signifikan |
|------------------------|----------------|---------|------------|
| Motivasi Wisatawan (Y) | Keramahtamahan | 735 | .000 |
| | Konstanta (a) | | 13.439 |
| | F | 102.311 | .000a |
| | R | 0.735a | |
| | R^2 | 0.540a | |

Sumber: Data Primer, 2005

Tabel 2 diatas, memperlihatkan bahwa nilai koefisien regresi (beta) untuk variabel bebas adalah sebagai berikut:

Nilai koefisien regresi (beta) variabel keramahtamahan (X) adalah sebesar 0,735 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Besarnya nilai signifikansi tersebut jauh dibawah 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel keramahtamahan (X) dapat di prediksi berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan. Oleh karena itu hipotesis H_1 penelitian ini yang menyatakan "*keramahtamahan berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan*" dinyatakan DITERIMA. Hal ini mungkin disebabkan keramahtamahan masyarakat Desa Tesbatan belum dimaksimalkan, sehingga belum memberikan pengaruh yang signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan.

Berdasarkan hasil analisa regresi sederhana yang diringkas dan disajikan pada tabel 4.10 terlihat besarnya nilai konstanta (a) adalah 13.439 . Sedangkan nilai koefisien regresi (beta) untuk variabel keramahtamahan (0,735). Dengan demikian dapat dikemukakan persamaan regresi sederhana adalah :

$$Y = a + bx$$

$$Y = 13.439 + 0.553x$$

Dimana :

Y = variabel terikat

a = konstanta

bx = nilai turunan atau peningkatan variabel bebas

Persamaan regresi sederhana di atas secara statistik dapat diinterpretasikan sebagai berikut : Apabila terjadi peningkatan variabel keramahtamahan sebesar 1 satuan, maka akan mengakibatkan peningkatan motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan sebesar 0,553 satuan.

Disamping itu tabel 2 memperlihatkan bahwa nilai R^2 adalah sebesar 0,540. Besarnya nilai tersebut dapat diinterpretasikan bahwa variansi motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan dapat di tafsirkan sebesar 54%.

Dengan kata lain keramahaman masyarakat mempengaruhi motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan sebesar 54%. Sedangkan sisanya sekitar 46% lainnya dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar variabel bebas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data dan interpretasi yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, maka berikut ini dapat dikemukakan beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Dari 89 orang responden, mayoritas dari responden tersebut adalah perempuan (47 orang), sedangkan usia mayoritas dari responden adalah 20-29 tahun (30 orang). Mayoritas dari responden berpendidikan sarjana (48 orang), dan bertempat tinggal di Kota Kupang (47 orang).
- 2) Variabel dalam penelitian ini berkorelasi signifikan pada tingkat 0,01 atau 1%. Yang berarti bahwa antara variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y
- 3) Variabel keramahaman berpengaruh signifikan terhadap motivasi wisatawan berkunjung ke Desa Tesbatan
- 4) Dengan kata lain keramahaman masyarakat mempengaruhi motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Tesbatan sebesar 54%. Sedangkan sisanya sekitar 46% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam ruang lingkup penelitian ini.

2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini maka saran-saran atau rekomendasi yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut :

- 1) Secara umum, disarankan kepada Dinas Pariwisata Kabupaten Kupang Nusa Tenggara Timur, untuk meninjau kembali pengembangan Desa Tesbatan untuk di perhatikan melalui sosialisasi bertahap sehingga kemajuan desa ke depan, melalui desa wisata Tesbatan dapat terwujud, salah satunya melalui sikap keramahaman masyarakat dalam menyambut tamu, hal ini dapat mempengaruhi peningkatan motivasi wisatawan untuk berkunjung ke Desa Tesbatan.
- 2) Perlu diadakannya penambahan aksesibilitas menuju objek-objek yang ada di sekitar desa Tesbatan
- 3) Perlu diadakan penambahan kreatifitas dalam pengembangan daya tarik sebagai langkah dalam memajukan daerah tujuan wisata Desa Tesbatan

DAFTAR PUSTAKA

- Damardjati, R. S. *Istilah – istilah Dunia Pariwisata Edisi Revisi*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2001
- Hasan, Iqbal. 2003. *Pokok – Pokok Materi Statistik 1 (Statistik Deskriptif) edisi kedua*. Jakarta : Bumi Aksara
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach* New York: Van Nostrand Reinhold.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kusmayadi dan Endar Sugiarto. *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta : Lembaga Penerbit Fak. Ekonomi UI, 2000.
- Kuncoro, Mudrajat. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi : Bagaimana Meneliti dan Menulis Tesis*. Jakarta : Erlangga
- Nugraha, Y. E., Paturusi, S. A., & Wijaya, N. M. S. KUALITAS LAYANAN WISATA MEDIS YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN DAN LOYALITAS WISATAWAN MANCANEGERA DI BALI. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 348-370.
- Pitana. I Gede. Dan Gayatri. P.G. 2015. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi. Yogyakarta
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2000). *The Competitive Destination: A Sustainability Perspective*. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. New York, NY: CABI Pub
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Sulastiyono, Agus, *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*, Alfabeta, Bandung, 2002
- Wiscaksono, Satrio Ary dan Ihalauw, John JOI. 2005. *Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Klien dan Dampaknya pada Preferensi Rekomendasi Klien* “*Jurnal Ekonomi Perusahaan*, IBII Vol. 12-No. 3, September. Jakarta : Institute Bisnis dan Informatika Indonesia
- Yoeti, Oka A, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1996
- Yoeti, Oka A, *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*, Pradnya Paramita, Jakarta, 1989.