

**PERANAN TRANSPORTASI DALAM PARIWISATA**  
**Studi Kasus : Pemilihan Daerah Tujuan Wisata (Dtu/Destinas) Oleh Wisatawan Di Bali**

**Nyoman Budiarta R.M.**

Dosen Jurusan Teknik Sipil Fakultas Teknik Universitas Udayana  
E-mail: rmbudiarta@civil.unud.ac.id

**Abstrak :** Pesatnya pertumbuhan pariwisata telah menarik perhatian sejumlah besar daerah provinsi maupun kabupaten di Indonesia yang mencoba untuk menangkap porsi yang lebih besar dari kegiatan ekonomi ini. Mereka berlomba-lomba membangun infrastruktur transportasi seperti pelabuhan pariwisata, bandara, jalan raya serta fasilitas pendukung lainnya dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah wisatawan. Untuk menghindari *local optimization* yang tidak konstruktif, penting untuk berpikir ulang peranan transportasi dalam menjamin keberlanjutan dan daya saing pariwisata Indonesia. Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan pemahaman mengapa orang bepergian ke Bali dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi pilihan mereka. Studi ini mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh dalam pemilihan destinasi oleh wisatawan mancanegara yang datang ke Bali dan mengevaluasi preferensi wisatawan terhadap destinasi yang dipilih. Model AHP 4 tingkat, yang terdiri dari 22 atribut pada keempat tingkat, diusulkan dan diuji dengan menggunakan data yang dikumpulkan dari para wisatawan yang berkunjung ke pulau Bali untuk menentukan kriteria pemilihan faktor-faktor yang relatif penting. Dengan menggunakan teori fuzzy dan TOPSIS, preferensi dari 47 destinasi yang ada di Bali diberi peringkat akhir. Hasil yang didapat digunakan sebagai acuan dalam prioritas pembangunan infrastruktur transportasi pariwisata yang mengindikasikan bahwa mencari kesenangan dengan pelarian total terhadap kejenuhan/kegiatan sehari-hari (*escape*), keamanan pribadi, persahabatan dan /atau relatif nampaknya menjadi 3 faktor yang paling penting untuk kedatangan (inbound) wisatawan yang berkunjung ke Bali, biaya tidak begitu penting dan paket destinasi Kuta, Tanah Lot, Danau beratan dan Gunung Batur adalah menjadi prioritas utama dalam kunjungan ke Bali.

**Kata Kunci:** Wisatawan Cruise, Infrastruktur transportasi, Kebutuhan dan Motivasi wisatawan, Tujuan Destinasi, Fuzzy TOPSIS.

**THE ROLE OF TRANSPORTATION IN TOURISM**  
**Case Study: Tourist Destination Choice in Bali**

**Abstract:** The rapid growth of tourism has attracted a large number of provincial and district levels in Indonesia to capture a larger portion of this economic activity. They are competing to build tourism transportation infrastructure such as ports, airports, highways and other supporting facilities in order to stimulate economic growth and an increasing number of tourists. To avoid destructive local optimization, it is important to re-think the role of transport in ensuring the sustainability and competitiveness of Indonesian tourism. To achieve this goal, it is important to understand the reasons of people travelling to Bali and factors influencing their choice. This study identifies the factors influencing destinations choice by foreign tourists travelling to Bali and evaluates the preferences of the selected destinations. AHP Model 4 levels consisting 22 attributes on the fourth level, is proposed and tested using data collected from tourists visiting Bali. This is to determine the selection criteria of the factors that are relatively important. Using fuzzy theory and TOPSIS, the preferences of 47 destinations in Bali were ranked. The

results are used to establish the priority in transport infrastructure development in relation to tourism. The study results indicate that the search for pleasure with a total escape from daily activities, personal security, friendship and / or relatives seems are the three most important factors for the tourists visiting Bali. Meanwhile, the package tourist destinations consisting Kuta, Tanah Lot, Lake and Mount Batur are primary destinations during a visit to Bali.

**Keyword:** Tourist Cruise, Transportation infrastructure, Tourist requirements and motivations, Destination choice, FuzzyTOPSIS.

## PENDAHULUAN

### Identifikasi Masalah

Pesatnya pertumbuhan pariwisata telah menarik perhatian sejumlah besar daerah provinsi maupun kabupaten di Indonesia yang mencoba untuk menangkap porsi yang lebih besar dari kegiatan ekonomi ini. Mereka berlomba-lomba membangun infrastruktur transportasi seperti pelabuhan pariwisata, bandara, jalan raya serta fasilitas pendukung lainnya dalam upaya mendorong pertumbuhan ekonomi dan peningkatan jumlah wisatawan.

Berata Ashrama menyatakan (Bali Post, 7 Agustus 2008), bahwa Bali yang begitu kuat menyuarakan pariwisata berbasis budaya (Hindu), dibangun di sebuah provinsi seluas 5.632,86 km<sup>2</sup> dalam satu kesatuan ekosistem, kenyataannya di-*manage* dengan 10 “manager” di sembilan kabupaten/kota, satu di provinsi, dengan koordinasi amat lembek dan ego sektoral membaja. Kenyataan yang sudah genting itu dibuat rumit lagi oleh instansi vertikal, seperti imigrasi, Angkasa pura, Garuda Indonesia serta lembaga-lembaga lain termasuk lembaga adat, menambah runyam *Bali destination management* yang sudah runyam. Hal ini tercermin dari banyaknya infrastruktur tidak berfungsi sesuai dengan peruntukannya seperti terminal penumpang, pelabuhan dan bangunan pendukung lainnya.

Untuk menghindari *local optimization* yang tidak konstruktif ini, penting untuk berpikir ulang peranan transportasi dalam menjamin keberlanjutan dan daya saing pariwisata Indonesia. Untuk mencapai tujuan ini, dibutuhkan pemahaman mengapa orang bepergian ke Bali dan fak-

tor-faktor apa yang mempengaruhi pilihan mereka.

Salah satu tantangan yang utama dalam studi dampak infrastruktur transportasi adalah untuk mengidentifikasi kaitan antara infrastruktur transportasi dan industri pariwisata dan mengetahui derajat ketergantungan infrastruktur transportasi terhadap industri-industri tersebut. Bagaimana suatu rancangan fasilitas transportasi dapat mendukung peningkatan wisatawan dan akses yang menjadikan suatu kawasan destinasi yang memiliki daya tarik luar biasa dan menguntungkan dari segi peningkatan keuangan dapat ditawarkan. Pendekatan perencanaan ini dibutuhkan tidak hanya untuk alasan keindahan tetapi yang lebih penting untuk alasan ekonomi. Selanjutnya dampak dari infrastruktur transportasi tidak hanya terbatas pada identifikasi terhadap industri transportasi dan derajat ketergantungan infrastruktur transportasi terhadap industri pariwisata, tetapi pada akhirnya pengembangan untuk pertumbuhan perekonomian Indonesia khususnya daerah Bali.

### Pengertian Destinasi

Beberapa penulis memandang destinasi sebagai sebuah produk atau sebuah produk tertentu (brand). Yoon and Uysal (2005). memandang perjalanan destinasi sebagai sebuah produk, yang merupakan sebagian dari “pemberian” dan merupakan sebagian dari “buatan manusia”. Bagian dari pemberian ini berkenaan dengan kualitas alam dari destinasi wisatawan seperti iklim, pemandangan yang indah, pantai, gunung, bangunan-bangunan bersejarah, dan sebagainya. Sedangkan yang menyangkut dengan buatan manusia seperti

hotel, paket wisata, fasilitas transportasi, dan fasilitas-fasilitas untuk olahraga dan rekreasi yang keseluruhannya dapat diadaptasi oleh keinginan konsumen, yang dibatasi oleh anggaran subyektif.

Kim (1998) menyatakan bahwa, destinasi dapat dipandang sebagai produk khas yang kompleks dari industri pariwisata, di antara berbagai faktor, atribut-atribut iklim suatu daerah, pelayanan sarana dan prasarana, alam dan budaya. Meskipun ini kompleks, bagaimanapun menurutnya juga adalah sebuah produk. Buhalis (2000) menganggap destinasi sebagai suatu daerah geografi yang dipahami oleh pengunjung sebagai sesuatu yang khas, dengan suatu kerangka politik dan undang-undang dalam perencanaan dan pemasaran wisatawan; destinasi menawarkan suatu gabungan dari produk-produk wisata dan pelayanan yang dibawah nama produk destinasi.

Destinasi yang di Indonesia juga disebut *daerah tujuan wisata (DTW)* didefinisikan secara tradisional sebagai suatu daerah geografi yang dirumuskan seperti Negara, pulau atau sebuah kota (Hall 2000). Departemen Perhubungan menyatakan bahwa destinasi adalah bagian dari tata ruang wilayah yang ditunjuk berdasarkan potensi pariwisata daerah tersebut yang dapat dikelompokkan kedalam lima faktor potensi, yaitu: (1) akomodasi dan fasilitas meliputi komponen hotel, restoran, biro perjalanan, pramuwisata, fasilitas rekreasi; (2) daya tarik wisata budaya meliputi komponen peninggalan bersejarah dan keurbakalaan, bahasa dan adat istiadat, seni lukis, kerajinan dan ukir, hasil karya arsitektur dan lansekap, dan suku bangsa; (3) daya tarik wisata alam meliputi komponen flora dan fauna, landsekap, gunung, danau, sungai dan laut/pantai; (4) keadaan ekonomi meliputi komponen jumlah penanaman modal dalam negeri dan asing serta perdagangan; (5) aksesibilitas meliputi komponen jalan raya, jalan rel, pelabuhan, bandara.

### Pemilihan Destinasi

Menurut Dellaert et al. (1998), keputusan wisatawan dalam memilih destinasi adalah suatu keputusan yang kompleks *multi-faceted* dalam pemilihan untuk elemen-elemen berbeda yang interlesasi yang dalam, dan kebanyakan studi-studi tentang pemilihan perjalanan wisatawan menekankan pada pemilihan destinasi sebagai elemen kunci dalam proses pengambilan keputusan.

Di lain pihak, Kusbiantoro (1981) menyatakan bahwa dalam memutuskan suatu pilihan (destinasi) dapat dipengaruhi oleh adanya kekuatan/dorongan yang bersifat situasional dan yang bersifat pribadi (lihat Gambar 1).



**Gambar 1.** Proses Pengambilan Keputusan Pemilihan

Sumber: Kusbiantoro (1981:45)

### Teori Kebutuhan dan Motivasi Perjalanan

Maslow menyatakan bahwa setiap individu mempunyai sekumpulan kebutuhan, yang sangat bervariasi sesuai dengan tingkat kepentingannya sehingga secara sadar atau tidak, setiap individu akan memiliki peringkat tertentu atas kebutuhannya.

Maslow mengajukan seperangkat peringkat kebutuhan, yaitu sebagai berikut:

- Kebutuhan Fisik (*physiological*).
- Rasa aman (*safety*).
- Kasih sayang (*belonging*).
- Penghargaan (*esteem*).
- Aktualisasi diri (*self actualization*).

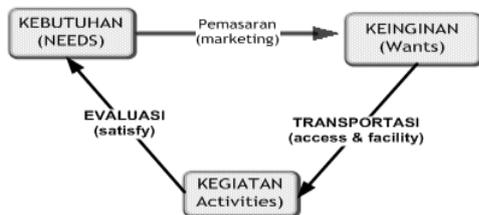
Christie et al (1985, 6) menambahkan dua unsur kebutuhan dasar sebagai turunan dari aktualisasi diri yaitu:

- *Rasa ingin tahu dan memahami* (to know and understand).
- *Estetika* (aesthetics).

Fungsi pelayanan transportasi adalah menyediakan akses dan fasilitas tersebut,

agar keinginan tersebut dapat terlaksana menjadi suatu aktivitas. Bentuk aktivitas tersebut dapat tercermin pada maksud perjalanan dan pola perjalanan. Oleh karena itulah dalam analisis transportasi informasi mengenai maksud perjalanan dan pola perjalanan menjadi sangat penting. Hubungan antara kebutuhan, keinginan dan aktifitas ini seperti ditunjukkan dalam Gambar 2.

Oleh karena itu tidaklah mengherankan bahwa konsep motivasi dianggap sebagai suatu elemen dari segmentasi pasar pariwisata dalam sebagian besar investigasi empiris (Kozak 2002)



**Gambar 2.** Hubungan antara Kebutuhan, Keinginan dan aktifitas

Masih ada faktor-faktor penting lainnya sebagai destinasi seperti image, makanan, dan keamanan. Milman and Pizam (1995) menjelaskan bahwa image destinasi adalah sesuatu yang visual atau kesan/opini publik terhadap suatu tempat. Goossens (2000) mendiskusikan lebih mendalam tentang peran mental imajiner yang berperan sebagai kekuatan penuh.

Wisata kuliner (menikmati makanan) adalah salah satu aktivitas yang sangat dinikmati wisatawan selama liburan mereka (Ryan 1997). Quan and Wang (2004) menemukan bahwa makanan dapat sebagai motivasi perjalanan yang pertama atau kedua dan nilai tambah untuk image dari suatu destinasi. Heung et al (2001) mendapatkan bahwa keamanan tampil menjadi prioritas teratas untuk pejalan/wisatawan yang bepergian ke Hongkong dan Taiwan. Studi motivasi wisatawan didasarkan pada konsep dari model push-pull dari Crompton seperti yang dilakukan oleh (Tzu-Kuang Hsu, Yi-Fan Tsai et al. 2009). Faktor utama yang berpengaruh dari pemilihan destinasi dikelompokkan kedalam katagori. Push Motivasi yang berhubungan dengan kekuatan internal terdiri atas 4 faktor (psikologi, fisik, interaksi social dan pelarian/pencarian dan dibawahnya terdiri atas masing-masing 11 item sedangkan Pull motivasi yang berkaitan dengan kekuatan external yang terdiri atas dua faktor yaitu tangible dan intangible. Faktor Tangible terdiri dari 9 item dan faktor intangible terdiri dari 2 item seperti diperlihatkan pada Gambar 3



**Gambar 3** Hierarchy seleksi destinasi

Sumber: (Tzu-Kuang Hsu, Yi-Fan Tsai et al. 2009)

## METODE

### Proses Hirarki Analitik (AHP)

Prinsip kerja Proses Hierarki Analitik (*Analytical Hierarchy Process – AHP*) adalah penyederhanaan suatu persoalan kompleks yang tidak terstruktur, strategik, dan dinamik menjadi bagian-bagiannya, serta menata dalam suatu hierarki (Saaty 1983). Tujuan secara keseluruhan berada pada paling atas, kemudian kriteria, sub-kriteria, dan alternatif-alternatif berada pada setiap tingkat yang dibawahnya dari hirarki.

Diasumsikan bahwa pengambil keputusan sudah mempunyai pengetahuan dan mengerti elemen-elemen tersebut. Elemen-elemen dalam setiap level dibandingkan berpasangan dalam terminologi dari kepentingan elemen paling atas.

Dimulai dari atas dan bekerja kebawah, jumlah dari matrik kuadrat, matrik preference, dibuat dalam proses dari elemen-elemen yang dibandingkan pada satu level. Saaty (1983) menggambarkan pengembangan 9 titik skala perbandingan yang terintegrasi dengan AHP. Pengambil keputusan dapat cepat membuat preferensi diantara dua elemen-elemen sebagai kepentingan yang sama, moderat, penting, sangat penting, paling penting. Peringkat minat ini ditegaskan kemudian kedalam peringkat 1, 3, 5, 7, dan 9, ditanggapi dengan 2, 4, 6 dan 8 sebagai nilai tengah (intermediate) untuk menggabungkan dua kualitas. Skala ini adalah tidak sensitif untuk perubahan yang kecil dalam suatu pengambil keputusan peringkat minat. Dengan demikian mengurangi pengaruh dari evaluasi yang tidak tepat. Setelah bentuk matrik peringkat minat, bobot relatif dari elemen-elemen setiap level dengan merespek elemen level diatasnya dihitung sebagai komponen-komponen yang menormalkan kumpulan eigenvector dengan eigenvalue yang terbesar dari perbandingan matriknya, nilai ini dapat diestimasi dengan rata-rata geometrik dari setiap baris dalam matrik peringkat minat (Saaty 1980). Gabungan bobot dari alternatif-alternatif ke-

mudian ditentukan oleh hirarki bobot agregat. Salah satu keuntungan yang penting menggunakan AHP adalah dapat mengukur derajat perbandingan yang konsisten. Pengukuran perbandingan konsisten (CR) ini, dimaksudkan untuk mengetahui ketidak hati-hatian dalam melakukan perbandingan. Tidak hanya mengurangi kesalahan, tetapi juga dapat mengungkapkan bias tidaknya pengukuran kepada manager seperti yang diperkirakan atau pernyataan yang dibesar-besarkan yang tertarik satu atau lebih perbandingan. Jika CR adalah besarnya melebihi 0,1 disarankan agar pengambil keputusan mengevaluasi kembali perbandingannya, beberapa dari pendapat yang kontradiktif

### Teori Fuzzy

Konsep dari fuzzy sudah diperkenalkan oleh (Zadeh 1965). Ia memperkenalkan notasi dari fuzzy dan beberapa ide-ide yang memainkan peranan yang mendasar dalam perkembangan (evolusi) dari teori fuzzy.

### Variable Linguistik

Suatu variable linguistik adalah variabel dengan penekanan bahasa sebagai nilainya. Kemungkinan nilai untuk variabel ini dapat beragam diurut seperti berikut: “very good”, “good”, “fair”, “poor”, “very poor.” Sebutan/istilah setiap bahasa dapat dibentuk dengan bilangan segitiga fuzzy (triangular fuzzy). Bilangan yang mewakili perkiraan nilai antara 0 dan 10.

### Bilangan Fuzzy

Suatu nomor fuzzy adalah suatu fuzzy set cembung, dibentuk oleh suatu interval dari nomer yang tepat, dengan setiap tingkatan dari keanggotaan antara 0 dan 1. Dalam studi ini nomor triangular fuzzy akan digunakan didalam pemodelan. Fungsi keanggotaan didefinisikan sebagai berikut

$$\mu_A(x) = \begin{cases} \frac{(x-l)}{(m-l)} & l \leq x \leq m \\ \frac{(x-\mu)}{(m-\mu)} & m \leq x \leq \mu \\ 0 & \text{yang lainnya} \end{cases} \quad (1)$$

Misalnya, dalam konteks studi ini responden percaya bahwa Kuta adalah "very good" tempat untuk pelarian/santai, responden dapat saja asumsinya pada tingkat subyektif pribadi dari variabel (very good) = (8,9,10), dan fungsi keanggotaan dapat dihitung menurut persamaan (1)

Dalam rangka untuk membentuk matrik keputusan, diasumsikan bahwa telah ada nilai  $\rho$  sebagai pengambil keputusan yang bertanggung jawab untuk mengevaluasi  $m$  alternatif dengan  $n$  kriteria dan menganggap  $\rho$  bilangan triangular.

$$D_{ij}^{(k)} = (l_{ij}^{(k)}, m_{ij}^{(k)}, u_{ij}^{(k)})$$

di mana

$$k = 1, 2, \dots, p, j = 1, 2, \dots, m, j = 1, 2, \dots, n$$

Di mana  $\oplus$  operasi penambahan bilangan fuzzy

Penggunaan tambahan bilangan dari segitiga dan pembagian oleh bilangan yang tepat memberikan rata-rata segitiga (Bojadziew and Bojadziew, 1997)

$$\begin{aligned} \bar{D}_{ij} &= \frac{1}{p} (D_{ij}^{(1)} \oplus \dots \oplus D_{ij}^{(p)}) \\ &= \left( \frac{1}{p} \sum_{k=1}^p l_{ij}^{(k)}, \frac{1}{p} \sum_{k=1}^p m_{ij}^{(k)}, \frac{1}{p} \sum_{k=1}^p u_{ij}^{(k)} \right) \end{aligned}$$

**Defuzzification fuzzy**

Pengelompokan ditentukan oleh jumlah rata-rata segitiga yang sering ditekan oleh nilai yang tepat yang mewakili koresponden rata-rata terbaik. Operasi ini disebut defuzzification. Operasi defuzzification tidak dapat didefinisikan unik. Bojadziew and Bojadziew (1997) dalam studi ini, nilai defuzzified dari nomor fuzzy dapat dihasilkan dari rumus:

$$A^* = \left\{ \left( \max_i v_{ij} \mid j \in J \right), \left( \min_i v_{ij} \mid j \in J' \right) \text{ untuk } i = 1, 2, \dots, m \right\}$$

$$A^- = \left\{ \left( \min_i v_{ij} \mid j \in J \right), \left( \max_i v_{ij} \mid j \in J' \right) \text{ untuk } i = 1, 2, \dots, m \right\}$$

Di mana

$$J = \{j = 1, 2, \dots, n \mid j \text{ kriteria keuntungan}\}$$

$$J^- = \{j = 1, 2, \dots, n \mid j \text{ kriteria biaya}\}$$

$$X_{ij} = \frac{(\bar{l}_{ij} + 2\bar{m}_{ij} + \bar{u}_{ij})}{4} \quad (2)$$

**Teknik untuk mendapatkan Preferensi dengan TOPSIS**

Penggunaan teori himpunan fuzzy sebagai metodologi untuk pemodelan dan menganalisis sistem keputusan tertentu dengan pengambilan keputusan pada masalah yang kompleks. Proses melibatkan memilih terbaik diantara beberapa alternatif melalui evaluasi yang tepat dari masing-masing parameter.

Secara umum, prosedur TOPSIS mengikuti langkah-langkah sebagai berikut:

*Step 1:* Membuat matrik keputusan yang ternormalisasi R:

Elemen  $r_{ij}$  dari R adalah dihitung seperti berikut:

$$r_{ij} = x_{ij} / \sqrt{\sum_{i=1}^m x_{ij}^2}$$

Di mana:

$$i = 1, 2, \dots, m; \text{ dan } j = 1, 2, \dots, n.$$

*Step 2:* membuat matrik keputusan yang ternormalisasi terbobot V: kumpulan dari bobot  $\sum_{j=1}^m w_j = 1$ . Di mana bobot  $W = (w_1, w_2, \dots, w_n)$  dari pembuat keputusan adalah mengakomodasi matrik keputusan dalam step ini.

Element  $v_{ij}$  dari V adalah dihitung sebagai

$$v_{ij} = w_j r_{ij} \text{ dengan } i = 1, 2, \dots, m; \text{ dan } j = 1, 2, \dots, n.$$

*Step 3:* Menentukan matriks solusi idel positif & matriks solusi ideal negatif:  $A^*$  yang ideal dan negatif ideal  $A^-$  solusi:

*Step 4:* Menentukan jarak antara setiap alternative dengan matriks solusi ideal positif & matriks solusi ideal negatif. Diberikan oleh

$$D_i^* = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A^*)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m$$

Hampir serupa dengan pembagian dari negative-ideal satu adalah diberikan oleh:

$$D_i^- = \sqrt{\sum_{j=1}^n (v_{ij} - A^-)^2} \quad i = 1, 2, \dots, m$$

*Step 5:* Menentukan relative clones to ideal solution dari alternatif  $A_i$  dengan mengikuti solusi ideal  $A^*$  ditentukan sebagai:

$$C_i^* = D_i^- / (D_i^* + D_i^-) \quad 0 \leq C_i^* \leq 1$$

$$i = 1, 2, \dots, m$$

jelas bahwa  $C_i^* = 1$  jika dan hanya jika  $A_i = A^*$ , dan  $C_i^* = 0$  jika dan hanya jika  $A_i = A^-$ .

*Step 6:* Menentukan nilai peringkat minat (preferensi) untuk setiap alternatif: kumpulan dari alternatif-alternatif sekarang dapat di peringkatkan menurut  $C_i^*$ .

## KASUS APLIKASI

### Membangun hirarki evaluasi

Factor-faktor kunci terdiri dari 22 item yang digunakan Untuk membentuk 4 level hirarki, pembentukan pembuatan keputusan wisatawan dan kaitannya dengan kajian pustaka, diskusikan dengan ahli (seksi professional dan akademisi dari sector pariwisata) dan dasar pada 4 aksioma dari AHP. Level yang tertinggi dari hirarki adalah tujuan keseluruhan. Dibawah tujuan keseluruhan, tingkat kedua mewakili faktor-faktor yang berpengaruh pada seleksi destinasi, yang meliputi faktor-faktor eksternal dan internal. Berbagai kumpulan dari kriteria dengan setiap faktor dalam level kedua yang berhubungan dengan level ke-3. berbagai kumpulan dari sub-kriteria (atribut-atribut) kumpulan dengan Setiap kriteria didalam level ketiga yang berhubungan dengan level ke empat Seperti yang diperlihatkan pada gambar 2-6. Ada total 22 atribut pada level keempat.

## METODE SURVEI

### Merancang Kuesioner

Komposisi kuesioner terdiri atas tiga bagian. Bagian pertama meliputi 22 atribut yang dirancang untuk memahami motivasi wisatawan untuk bepergian ke suatu destinasi. Responden menyerahkan jawaban yang disesuaikan dengan nilai numerik dari atribut yang relative penting berkenaan dengan pencapaian secara menyeluruh dari seleksi destinasi. Sebagai contoh, apabila jawaban yang berkenaan dengan *internal force* dan *external force*, yang mana yang lebih penting untuk anda seleksi dalam perjalanan suatu destinasi? Keputusan/pertimbangan lisan dari sama penting menjadi benar-benar lebih penting kemudian di rangking dengan skala 1-9. setelah semuanya dipasangkan di level 2 dibuatkan matrik. Sama dengan prosedur di atas kemudian mengaplikasikan semua faktor-faktor yang berhubungan dengan level 3 dan kemudian level 4.

### Pengumpulan Data

Survei yang dilakukan dengan menggunakan pendekatan sampling dengan tetap memperhatikan kenyamanan para responden (wisatawan) selama liburan akhir tahun bulan Desember 2009. Data dikumpulkan dari wisatawan yang sedang berkumpul di lounge Bandara Ngurah Rai Internasional, hotel-hotel internasional (hotel bintang) dan hotel-hotel lokal yang diusulkan oleh pemandu wisata yang bekerja untuk agen-agen perjalanan wisata lokal yang mengkhususkan diri dalam perjalanan wisatawan mancanegara. Orang-orang dari luar negeri yang telah menghabiskan lebih dari setahun di Bali tidak dianggap wisatawan. Oleh karena itu, inbound pengunjung asing berlibur dan / atau bisnis yang telah menghabiskan waktu luang mereka jalan-jalan selama kunjungan mereka ke Bali dimasukkan sebagai populasi. Di antara orang-orang yang mengetahui 47 destinasi dengan baik dan mampu mengingat dan membandingkan mereka secara tepat, dengan jumlah 28 (tingkat tanggapan 70%) menjawab kuesioner dengan tatap muka wawancara.

Dalam rangka menciptakan sebuah *sample representative* dan akurat individu wisatawan asing yang mengunjungi Bali, 3 dari 28 yang memiliki rasio konsistensi yang lebih besar dari 0,1 ketika menerapkan pendekatan AHP dibuang. Untuk memudahkan pemahaman tentang destinasi secara menyeluruh selanjutnya dilakukan pengelompokan (clustering) menjadi 11 destinasi. Pengelompokan ini didasarkan pada destinasi yang saling berdekatan (jarak) dikelompokkan menjadi suatu kawasan atau paket wisata.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Peranan infrastruktur/fasilitas transportasi dalam penelitian ini hanya menempati urutan ke 12, artinya infrastruktur transportasi tidak terlalu dipikirkan/diperhitungkan oleh wisatawan yang berkunjung ke Bali. Sebaliknya, mengunjungi teman dan / atau kerabat tampaknya menjadi faktor penting dalam studi ini, terutama wisatawan Eropa, Australia, Jepang dan Selandia Baru. Wisatawan. datang ke Bali untuk keperluan mengunjungi teman-teman yang telah mereka kenal atau sudah bertemu di masa lalu di negara lain atau melalui internet dalam beberapa tahun terakhir. Di antara kekuatan-kekuatan eksternal, faktor yang paling penting adalah image (10), keramah tamahan (11) dan fasilitas transportasi (12).

Hasil studi pariwisata sebelumnya, sangat berbeda dengan hasil yang didapat dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa keamanan pribadi dan keamanan lingkungan adalah motif umum untuk me-

lakukan perjalanan. Dari 22 motif, harga adalah faktor yang tidak begitu penting (20). Hal ini mungkin karena Bali mempunyai pemandangan yang indah, mutu makanan, fasilitas akomodasi, budaya yang berbeda, dan menemukan tempat-tempat baru faktor yang lebih penting daripada harga ketika wisatawan berada pada tahap awal memilih tujuan untuk berlibur.

**Tabel 2** Bobot dan rangking

No	Sub Kriteria	Weight	Rank
1	Escape	0.16506351	1
2	Self actualization	0.16506351	1
3	Rest and Relaxtion	0.13554674	3
4	Medical treatment	0.09677613	4
5	Health and Fitness	0.05623825	7
6	Visiting friends and/or relatives	0.15694033	2
7	Meeting New People	0.06726014	5
8	Novelty seeking	0.05983049	6
9	Culture exploration	0.04828606	8
10	Adventure seeking	0.03736692	9
11	Enjoying night life & shopping	0.00000000	21
12	Transportation facilities	0.00127153	12
13	Friendlines of people	0.00143183	11
14	Quality & variety of food	0.00097933	15
15	Accomodation facilities	0.00089543	16
16	Personal safety	0.00113727	14
17	Price	0.00045581	20
18	Culture & historical resources	0.00064935	17
19	Good Shopping	0.00052503	18
20	Environmental safety & quality	0.00049946	19
21	Destination image	0.00232987	10
22	Benefits expectation	0.00115850	13

**Tabel 3** Final Rangking Destinasi

HASIL SURVEI DINAS PARIWISATA BALI TAHUN 2006			HASIL PERHITUNGAN (FAHP & TOPSIS)		
No	Destination	% Tourist Preference	% Tourist Preference	Summation	Rank
1	Jimbaran, Nusa Dua, Kuta	33.04	32.6948905	3.341406937	1
2	Ubud & Gianyar	22.00	21.05146705	2.151452933	2
3	Tabanan	12.63	11.08685639	1.133073037	3

4	Kintamani & Batur	9.30	9.478472934	0.968696782	4
5	Karangasem	8.34	8.919797945	0.911600384	5
6	Sanur	7.31	6.631498937	0.677736986	6
7	Buleleng	3.92	3.319764285	0.339278806	7
8	Klungkung	2.68	3.228420514	0.329943503	8
9	Sangeh & Taman Ayun	0.53	1.521624702	0.155509539	9
10	Pulau Menjangan	0.19	1.239871239	0.126714428	10
11	Jembrana	0.06	0.827335498	0.084553413	11

## SIMPULAN

Dari sudut pandang metodologis, hasil studi ini yang mengadopsi pendekatan AHP perjalanan mengungkapkan bahwa motivasi mempunyai pengaruh terhadap pilihan destinasi. Temuan menunjukkan bahwa pendekatan AHP adalah sebuah alat yang berguna untuk membantu mendukung keputusan dalam pilihan destinasi ini. Dengan mengintegrasikan pendapat dan evaluasi para pakar dan perencanaan yang kompleks sistem pengambilan keputusan menjadi sistem hirarki elemen sederhana. Saat pengunjung lebih terdidik disertai dengan informasi yang memadai tentang destinasi yang dikunjungi, seharusnya dengan menggunakan metoda AHP, pengukurannya lebih akurat. Perhitungan dan hasil dari pendekatan ini akan lebih baik dibandingkan dengan pendekatan lainnya. Peringkat dari 11 destinasi (paket destinasi) dalam hal kinerja mereka secara keseluruhan dalam penelitian kami mirip dengan survei tahunan 2006 laporan dari Dnas Pariwisata Bali (lihat Tabel 2). Temuan ini menunjukkan bahwa TOPSIS adalah alat yang memadai untuk memilih alternatif terbaik. Meskipun demikian, studi ini juga memiliki keterbatasan karena hanya mencakup sampel yang dipilih dari wisatawan yang berkunjung ke Bali, dan data yang dikumpulkan selama periode waktu yang singkat. Untuk memverifikasi validitas dari temuan studi ini, hasilnya harus dibandingkan dengan studi masa depan yang menggunakan sampel yang berbeda. Kedua penggunaan AHP dalam memilih destinasi mensyaratkan bahwa responden memiliki pengalaman bepergian, pengetahuan serta pemahaman tentang se-

mua destinasi untuk dievaluasi. Oleh karena itu, ukuran sampel terbatas.

Walaupun peranan infrastruktur/fasilitas transportasi dalam penelitian ini hanya menempati urutan ke 12, namun hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengoptimalkan peranan transportasi dalam pemilihan transportasi dengan memprioritaskan sesuai dengan ranking pemilihan destinasi oleh wisatawan.

## Potensi Aplikasi

Konsep ini banyak digunakan pada beberapa model Multi-Attribute Decision Making untuk menyelesaikan masalah keputusan secara praktis (Hwang, C.L.: Lai and Liu 1993; Liang 1999; Yeh 2000). Hal ini disebabkan: konsepnya sederhana dan mudah dipahami; koputasinya efisien; dan memiliki kemampuan untuk mengukur kinerja alternatif-alternatif keputusan dalam bentuk matematis sederhana. Secara umum potensi aplikasi seperti pada meranking faktor-faktor yang paling berkontribusi pada kinerja dalam industri transportasi laut, model pemilihan rute dalam jaringan transportasi, jaringan transportasi dan pemilihan pelabuhan, mengidentifikasi preferensi dari alternatif-alternatif yang mempunyai kemiripan, dan banyak lagi yang berpotensi untuk diterapkan dengan menggunakan konsep ini.

## DAFTAR PUSTAKA

Buhalis (2000). "D.Buhalis, Marketing the competitive destination of the future." *Tourism Management* **21**: 97-116.

- Decrop, Ed. (2000). A.Decrop, Tourists' decision-making and behavior processes. In: A.Pizam and Y.Mansfeld, Editors, *Consumer behavior in travel and tourism*. NY, The Haworth Hospitality Press,.
- Dellaert et al (1998). "B.G.C. Dellaert, F.Ettermann and C.Lindh, Multi-faceted tourist travel decisions: a constraint-based conceptual framework to describe tourists' sequential choice of travel components,." *Tourism Management* **19**(4): 313-320.
- Hall (2000). C.M.Hall, *Tourism planning: Policies, processes, relationships*. U.K, Prentice Hall.
- Heung et al (2001). "V.C.S.Heung, H.Qu and R.Chu, The relationship between vacation factors and socio-demographic and traveling characteristics: the case of Japanese leisure travelers." *Tourism Management* **22**(3): 259-269.
- Kim, H. B. (1998). "Kim, Perceived attractiveness of Korean destinations,." *Annual of Tourism Research*, **25**(2): 340-361.
- Kozak (2002). "M. Kozak, Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations,." *Tourism Management* **23**: 221-232.
- Kusbiantoro (1981). "*Studi of urban travel demand analysis In LDCs*." Dissertation, MIT, 1981.
- Milman and Pizam (1995). "A.Milman and A.Pizam, The role of an awareness and familiarity with a destination: the central Florida case,." *Journal of Tourism Research* **33**(3): 21-27.
- Quan and Wang (2004). "S.Quan and N.Wang, Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experience in tourism,." *Tourism Management* **25**(3): 297-305.
- Ryan (1997). *The tourist experience: A new introduction*. London, Cassell.
- S.Rosentraub:, M. and a. M. Joo (2009). "Tourism and economic development: Which investments produce gains for regions?" *Tourism Management* **30**: 759-770.
- Saaty, T. L. (1983). *Decision Making For Leaders: The Analytical Hierarchy Process for Decision in Complex World*. Pittsburg, RWS Publication.
- Tzu-Kuang Hsu, Yi-Fan Tsai, et al. (2009). "The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of taiwan." *Tourism Management* **30**: 288-297.
- Zadeh (1965). L.A.Zadeh, Fuzzy sets. In: J.Klir and B.Yuan, Editors, *Fuzzy sets, fuzzy logic, and fuzzy systems*. Singapore (1965), World Scientific.