

PERSEPSI DAN MOTIVASI WISATAWAN IRAN YANG BERKUNJUNG KE BALI

Angga Febriantoro¹, I Ketut Suwena², Putu Agus Wikanatha Sagita³

Email : anggaf3brian@gmail.com¹, suwenaketut@unud.ac.id², aguswika@unud.ac.id³

^{1,2,3}Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

Abstract : Bali is one of Indonesia's most popular tourist destinations for Iranian tourist, Iran is one of the top five Middle Eastern countries with the highest number of visits to Bali. Research on this Iranian Tourist remains limited. Therefore, further studies are necessary to explore their travel behavior, motivation and perception on Bali's tourism industry. This research aim of the characteristic, motivation and perception of Iranian Tourist visiting Bali, this reseach is explain by descriptif kuantitatif, sampling used the Iranian Tourist visit Bali, with the technic of purposive sampling with the 100 sample of people, The data collect by quesioner and analiyse by simple calculate with likert scale. The findings reveal several interesting insights. Their primary motivation for visiting Bali is dominated by the desire for recreation and relaxation (50%), followed by family vacation purposes (36%). Regarding satisfaction levels, the hospitality of Balinese people received the highest score (3.67), followed by tourist attractions (3.61). Meanwhile, public facilities scored (3.45), and transportation scored (3.37). The aspect with the lowest score was infrastructure (3.13), indicating room for improvement in this area. The high satisfaction levels with hospitality and tourist attractions are key strengths that should be maintained. However, special attention x should be given to infrastructure development to further enhance the travel experience.

Abstrak : Bali merupakan salah satu destinasi wisata paling populer di Indonesia bagi wisatawan Iran, di mana Iran termasuk dalam lima besar negara Timur Tengah dengan jumlah kunjungan tertinggi ke Bali. Penelitian mengenai wisatawan Iran ini masih terbatas. Oleh karena itu, studi lebih lanjut diperlukan untuk mengeksplorasi perilaku perjalanan, motivasi, dan persepsi mereka terhadap industri pariwisata Bali. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik, motivasi, dan persepsi wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan sampel berupa wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis dengan perhitungan sederhana menggunakan skala Likert. Temuan penelitian mengungkap beberapa wawasan menarik. Motivasi utama mereka berkunjung ke Bali didominasi oleh keinginan untuk rekreasi dan relaksasi (50%), diikuti oleh tujuan liburan keluarga (36%). Terkait tingkat kepuasan, keramahan masyarakat Bali mendapat skor tertinggi (3,67), diikuti oleh daya tarik wisata (3,61). Sementara itu, fasilitas publik memperoleh skor (3,45), dan transportasi (3,37). Aspek dengan skor terendah adalah infrastruktur (3,13), mengindikasikan perlunya perbaikan di bidang ini. Tingkat kepuasan yang tinggi terhadap keramahan dan daya tarik wisata merupakan kekuatan utama yang harus dipertahankan. Namun, perhatian khusus perlu diberikan pada pengembangan infrastruktur untuk lebih meningkatkan pengalaman perjalanan wisatawan.

Keywords : tourist motivation, perceptions, pull and push factor, tourist characteristic model

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu portal penerimaan pendapatan suatu daerah. Pariwisata berperan penting bagi perkembangan suatu daerah, sebagai contoh Bali yang berkembang dengan memanfaatkan industri pariwisata. Bali memiliki pesona keindahan yang memikat bagi sejumlah wisatawan dari berbagai dunia. Pesona Bali ditunjang oleh keindahan alam, budaya dan tradisi, keramahan penduduk lokal,

keberagaman aktivitas wisata, keberagaman kuliner, keamanan serta aksesibilitas yang mudah. Keunggulan Bali menjadi sebuah destinasi wisata telah diakui oleh dunia. Bali menempati urutan ke dua sebagai destinasi terpopuler di dunia. terbukti wisatawan mancanegara yang datang ke Bali berasal dari berbagai kawasan baik Asia, Afrika, Australia, Eropa maupun Timur Tengah (Tripadvisor, 2023).

Bali menjadi salah satu pilihan wisatawan Timur Tengah untuk melakukan aktivitas wisata. Hal itu didorong oleh keindahan Bali sebagai destinasi wisata yang memikat. Jumlah kunjungan wisatawan Timur Tengah ke Bali meningkat sejak kedatangan raja Salman dari Saudi Arabia tahun 2017. Pasca kedatangan Raja Salman ke Bali, dibuka *charter flight* untuk maskapai Mahan Air oleh pemerintah Indonesia, dengan adanya Mahan Air sebagai maskapai yang melayani penerbangan Iran ke Bali membuat jumlah kedatangan wisatawan Timur Tengah meningkat, tercatat pada tahun 2016 Mahan Air membawa 16 ribu penumpang.

Tabel 1 Kunjungan Wisatawan Timur Tengah periode 2019-2024

No	Kunjungan Wisatawan Timur Tengah	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1	Turki	11.866	3.766	-	10.426	24.343	42.818
2	Mesir	13.992	2.988	-	3.044	7.601	11.072
3	Saudi Arabia	15.118	5.132	-	4.653	11.075	14.701
4	Iran	8.159	886	-	1.212	4.360	6.653
5	Lebanon	4.673	450	-	1.297	2.913	3.596

Sumber : BPS Provinsi Bali 2024

Berdasarkan data kunjungan wisatawan Timur Tengah 2019-2024 pada Tabel 1, Iran menempati posisi ke 4 sebagai negara Timur Tengah yang mendominasi kunjungan ke Bali. Melalui data tersebut, perlu adanya upaya untuk mengenal secara akurat mengenai motivasi dan karakteristik dari wisatawan Iran. Iran menjadi salah satu negara dari kawasan Timur Tengah yang berkunjung ke Bali, meskipun memiliki jumlah kunjungan yang tidak sebesar wisatawan Asia dan Eropa namun tidak dapat dipungkiri mereka dapat menjadi *market share* bagi kepariwisataan di Bali (Putri, 2019).

Tabel 2 Kunjungan Wisatawan Iran Ke Bali 2022-2024

Kunjungan Wisatawan Iran ke Bali Mei 2022-Desember 2024												
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sept	Okt	Nov	Des
2022	-	-	-	-	16	32	55	67	165	43	21	27
2023	27	39	515	29	8	26	43	134	235	110	98	89
2024	87	91	1051	125	115	120	112	218	297	116	109	99

Sumber : Indo Persia Travel

yaitu penjelasan data salah satu travel agent khusus pasar Iran, terlihat bahwa pada saat bulan Maret kunjungan yang meningkat hingga berkali-lipat dari kunjungan bulan sebelumnya, hal itu menunjukkan bahwa dari

perayaan Nouruz memiliki dampak yang cukup besar bagi kedatangan wisatawan Iran ke Bali.

Wisatawan Iran juga memiliki keunggulan yakni jumlah pengeluaran mereka pada saat melakukan wisata tinggi, tercatat dalam data Indopersia Tour and Travel tahun 2023 pengeluaran wisatawan Iran rata-rata mencapai USD 2.800, sedangkan pengeluaran wisatawan Amerika rata-rata USD 2.311 dan rata-rata pengeluaran wisatawan Asia mencapai USD 1.478 (BPS Provinsi Bali, 2023)

Sebagai langkah untuk meningkatkan kunjungan wisatawan Iran, pemerintah Indonesia diwakili oleh Kementerian Luar Negeri berpartisipasi dalam pameran “Nuansa Bali di *Tehran International Tourism Exhibition (TITE) 2023*”. Dengan ikut serta dalam pameran tersebut diharapkan mampu untuk mengenalkan destinasi wisata Indonesia, sehingga nantinya mampu menciptakan dorongan atau keinginan masyarakat Iran untuk berkunjung ke destinasi yang ada di Indonesia.

Wisatawan Iran memiliki periode kunjungan yang potensial bagi Bali karena mereka berkunjung pada saat periode bulan Maret sehingga dengan demikian dapat mengisi periode low season di Bali. Kunjungan tersebut dipengaruhi oleh adanya perayaan Nourus.

Nourus adalah perayaan tahun baru tradisional yang dirayakan oleh berbagai komunitas, terutama yang berasal dari budaya Persia. Perayaan ini menandai dimulainya tahun baru dalam kalender Matahari (kalender Iran) dan juga awal musim semi. Nouruz jatuh setiap tanggal 20 atau 21 Maret, bertepatan dengan ekuinoks musim semi (ketika siang dan malam memiliki durasi yang sama). Perayaan ini berlangsung selama 13 hari, dengan puncaknya pada hari pertama musim semi (Zeynalova, 2025).

Pada saat Nourus berlangsung banyak masyarakat Iran yang melakukan kunjungan wisata, termasuk berwisata ke Bali. Dan dilihat dari segi pengeluaran maka dapat terlihat jika pengeluaran wisatawan Iran tergolong tinggi. Dari komponen tersebut menjadikan mereka wisatawan yang memiliki potensi yang positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat Bali, dan yang terakhir jika dilihat dari jumlah kedatangan wisatawan Iran pada tahun 2019-2023 tumbuh namun belum dapat mencapai

angka ideal selayaknya wisatawan dari Turki maupun Arab Saudi, maka diperlukannya sebuah analisis terhadap motivasi atau dorongan, yaitu apa yang membuat wisatawan Iran datang ke Bali serta persepsi apa yang dirasakan wisatawan Iran saat mengunjungi destinasi wisata Bali. Dengan hasil yang diperoleh dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam upaya untuk meningkatkan kunjungan mereka.

Kunjungan wisatawan berkaitan erat dengan motivasi dan persepsi. Motivasi berpengaruh terhadap dorongan yang menyebabkan wisatawan menginginkan kunjungan wisata, sedangkan persepsi berpengaruh terhadap sebuah destinasi, yang dimana penilaian terhadap pengalaman yang dirasakan oleh wisatawan bisa menciptakan sebuah persepsi yang selanjutnya persepsi tersebutlah yang menentukan citra sebuah destinasi wisata, dengan citra yang baik maka dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan juga sebaliknya saat citra sebuah destinasi menjadi buruk maka dapat dipastikan tingkat kunjungan wisatawan akan turun.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan di wilayah Bali. Pengambilan sampel dilakukan hotel di Kuta, Nusa Dua, dan Ubud. Ketiga lokasi tersebut merupakan pusat persebaran wisatawan. Penelitian memuat tiga variabel, yaitu karakteristik, persepsi, dan motivasi. Selanjutnya ketiga variabel tersebut dianalisis menggunakan metode penelitian kuantitatif. Berdasarkan jenis data, penelitian ini dipergunakan adanya data kuantitatif dan data kualitatif. Adapun dalam penelitian ini digunakan masing-masing sumber data primer dan data sekunder. Adapun, teknik pengumpulan data mencakup penyebaran kuesioner, wawancara, observasi, dan studi pustaka. Teknik sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga dapat menghimpun responden yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan, yaitu wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali. Untuk menemukan jumlah responden yang spesifik, maka digunakan rumus *Slovin*. Teknik analisis data pada penelitian ini sejatinya menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Digunakan skala likert untuk mengukur besaran persepsi atau

sikap wisatawan, yang selanjutnya dihitung dan dijabarkan hasil analisis data tersebut secara deskriptif dan informatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Pariwisata dan Bali telah menjadi kesatuan, dimana sektor pariwisata menjadi tumpuan utama dalam mengakselerasi kegiatan perekonomian, sosial, hingga budaya yang ada di Pulau Bali. Sebagaimana yang terjadi dalam proses perkembangan pariwisata Bali hingga saat ini, telah diketahui adanya proses peningkatan yang cukup signifikan dalam upaya menjamin ketercakupan, pemeliharaan, dan keberlanjutan. Adapun secara garis besar, sektor pariwisata cukup berperan dalam upaya penciptaan lapangan kerja, kesempatan berusaha, penerimaan devisa, hingga berbagai perbaikan infrastruktur wilayah. Hal ini dilandasi dari sifat industri pariwisata yang pada dasarnya memiliki suatu efek ganda (*multiple effect*), dimana memungkinkan peningkatan industri lain dapat menjadi pendukung dari industri pariwisata. Sejatinya, Iran sebagai salah satu negara target pasar pariwisata Indonesia khususnya Bali. Terdapat sejumlah industri pariwisata Bali yang memulai strategi pemasaran terhadap wisatawan Iran. Menurut General Manager Sun Island Bali, Ismullah (2018), wisatawan Iran memiliki karakteristik untuk menetap dengan waktu yang cukup lama dan memiliki gaya kasual. Adapun, wisatawan Iran juga memiliki kecenderungan pengeluaran yang lebih tinggi saat berwisata (Kompas, 2018). Pemerintah Indonesia telah menanamkan komitmen untuk dapat menarik pangsa pasar wisatawan Iran. Dengan berpartisipasinya Kementerian Luar Negeri Republik Indonesia dalam pameran “Nuansa Bali di Tehran International Tourism Exhibition (TITE) 2023”. Dalam agenda tersebut ditujukan untuk mengenalkan destinasi wisata Indonesia, dengan harapan menciptakan dorongan atau keinginan masyarakat Iran untuk berkunjung ke Indonesia.

Karakteristik Responden

Berdasarkan uraian dari hasil data karakteristik wisatawan melalui teori *Tourist Descriptor* merujuk pada (Seaton & Bennet, 1996) dan teori *Trip Descriptor*.

Tabel 3. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	Laki-laki	42	42%
2	Perempuan	58	58%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 3, indikator *gender* atau jenis kelamin wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali didominasi oleh wisatawan dengan jenis kelamin perempuan terhimpun sebanyak 58 orang atau (58%). Sedangkan untuk wisatawan laki-laki sebanyak 42 orang (42%).

Tabel 4. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Usia

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	17 – 25 Tahun	12	12%
2	26 – 35 Tahun	31	31%
3	36 – 45 Tahun	36	36%
4	> 45 Tahun	21	21%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 4, indikator usia wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali mayoritas memiliki rentang usia 36-45 tahun, yaitu sebanyak 36 orang atau (36%). Wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali didominasi oleh kalangan generasi X dan generasi milenial (Y). Selanjutnya, sebanyak 31 orang (31%) memiliki rentang usia 26-35 tahun. Sebanyak 21 orang (21%) memiliki rentang usia lebih dari 45 tahun. Terakhir, sebanyak 12 orang (12%) memiliki rentang usia 17-25 tahun. Melalui data tersebut, dapat dipahami bahwa mayoritas wisatawan Iran adalah kalangan generasi milenial yang cukup produktif dan memiliki perspektif bahwa berwisata adalah sebagai kebutuhan.

Tabel 5 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 5, sebagian besar wisatawan memiliki tingkat pendidikan

terakhir sarjana, yaitu sebanyak 41 orang (41%). Kemudian sebanyak 31 orang (31%)

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	SMA/Sederajat	21	21%
2	Sarjana	41	41%
3	Master	31	31%
4	Doctor	7	7%
TOTAL		100	100%

memiliki tingkat pendidikan terakhir master. Sebanyak 21 orang (21%) memiliki tingkat pendidikan terakhir SMA atau sederajat. Terakhir yaitu tingkat pendidikan doktor sebanyak 7 orang (7%).

Tabel 6. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Profesi

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	Pelajar atau mahasiswa	15	15%
2	Pegawai swasta atau negeri	27	27%
3	Wirausaha atau wiraswasta	32	32%
4	Lainnya	26	26%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 6, mayoritas wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali memiliki profesi wirausaha/wiraswasta, yaitu sebanyak 32 orang (32%). Wisatawan yang berprofesi sebagai pegawai swasta menempati urutan kedua, yaitu sebanyak 27 orang (27%). Kemudian diikuti oleh profesi lainnya sebanyak 26 orang (26%) dan pelajar sebanyak 15 orang (15%).

Tabel 7. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Status Pernikahan

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	Menikah	66	66%
2	Lajang	34	34%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 7, mayoritas wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali telah melangsungkan pernikahan, yaitu 66 orang. Sedangkan 34 orang (34%) memiliki status lajang atau belum menikah.

Tabel 8 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Daerah Asal

No	Keterangan	Jumlah Responden	Presentase
1	Tehran	36	36%
2	Esfahan	7	7%
3	Shiraz	17	17%
4	Mashhad	13	13%
5	Yazd	4	4%
6	Kota lain	23	23%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 8, mayoritas wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali, yaitu sebanyak 36 orang (36%) berasal dari Kota Tehran.

Tabel 9. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Motivasi Perjalanan

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Berekreasi dan berelaksasi	50	50%
2	Mempelajari dan mengeksplorasi pengetahuan baru	27	27%
3	Melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari	18	18%
4	Meningkatkan prestise dan aktualisasi diri	5	5%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 9, sejatinya wisatawan Iran memiliki motivasi utama untuk berekreasi dan berelaksasi, yaitu dihimpun sebanyak 50 orang (50%). Selanjutnya motivasi untuk mempelajari dan mengeksplorasi pengetahuan baru sebanyak 27 orang (27%), motivasi melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari sebanyak 18 orang (18%), serta motivasi untuk meningkatkan prestise dan aktualisasi diri sebanyak 5 orang (5%).

Tabel 10. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Teman Perjalanan

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Sendiri	19	19%
2	Teman	25	25%
3	Pasangan	19	19%
4	Keluarga	37	37%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 10, selama melakukan perjalanan wisata ke Bali, mayoritas

wisatawan Iran bepergian dengan keluarga. Dihimpun sebanyak 37 orang (37%) berwisata bersama keluarga.

Tabel 11. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Lama Kunjungan

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Kurang dari 3 Hari	2	2%
2	3 Hari	14	14%
3	7 Hari	52	52%
4	Lebih dari 7 Hari	32	32%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 11, dihimpun sebanyak 52 orang (52%) memiliki waktu lama kunjungan selama 7 hari. Selanjutnya, sebanyak 32 orang (32%) memiliki waktu kunjungan lebih dari 7 hari, sebanyak 14 orang (14%) memiliki waktu kunjungan 3 hari, dan sebanyak 2 orang (2%) memiliki waktu kunjungan kurang dari 3 hari. Sehingga dapat dicermati bahwa wisatawan Iran cenderung memiliki waktu kunjungan yang cukup lama.

Tabel 12 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Frekuensi Kunjungan

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	1 Kali	60	60%
2	2 – 3 Kali	26	26%
3	3 – 4 Kali	10	10%
4	> 5 Kali	4	4%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 12, sebagian besar wisatawan Iran (60%) baru pertama kali mengunjungi Bali. Sebanyak 26 orang (26%) telah berkunjung 2-3 kali, sebanyak 10 orang (10%) telah berkunjung 3-4 kali, dan 4 orang (4%) telah berkunjung lebih dari 5 kali.

Tabel 13. Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Jenis Akomodasi

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Rumah saudara	8	8%
2	Homestay	7	7%
3	Hotel	61	61%
4	Villa	14	14%
5	Lainnya	10	10%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 13. Mayoritas wisatawan Iran cenderung memilih jenis akomodasi hotel, yaitu dihimpun sebanyak 61 orang (61%).

Tabel 14 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Pengorganisasian Perjalanan

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Diorganisasikan sendiri	68	68%
2	Menggunakan Travel	32	32%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 14, sebanyak 68 orang (68%) melangsungkan perjalanan atas perencanaan dan pengorganisasian oleh diri sendiri.

Tabel 15 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Sumber Informasi

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Media Cetak	5	5%
2	Media Sosial	51	51%
3	Media Televisi dan Penyiaran	18	18%
4	Rekomendasi dari Teman atau Keluarga	26	26%
TOTAL		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan Tabel 15, mayoritas wisatawan Iran mencari informasi yang terhimpun di media sosial, terhimpun sebanyak 51 orang (51%).

Tabel 16 Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Besaran Pengeluaran

Sumber : Hasil Penelitian 2024

No	Kategori	Jumlah Responden	Presentase
1	Kurang dari IDR 29.450.000 / \$1.900	5	5%
2	IDR 29.450.000 - IDR 35.650.000 / \$1.900-\$2.300	31	31%
3	IDR 35.650.000 - IDR 43.400.000 / \$2.300-\$2.800	41	41%
4	Lebih dari IDR 43.400.000 / \$2.800	19	19%
TOTAL		100	100%

Berdasarkan Tabel 16, sebanyak 41 wisatawan (41%) memiliki besaran pengeluaran antara IDR 35.560.000 – IDR 43.400.000 (\$2.300 - \$2.800).

Hasil Analisis Data

Motivasi Push Factor & Pull Factor Wisatawan Iran yang Berkunjung ke Bali

Dilakukan analisis terhadap motivasi push factor dengan mengaplikasikan 11 indikator untuk memperoleh sikap dan penilaian mutlak dari wisatawan. Himpunan 11 indikator tersebut di antaranya meliputi *escape, relaxation, play, strengthening family bonds, prestige, social interaction, romance, education opportunities, self fulfillment, wish fulfillment, dan shopping*. Adapun terkait analisis pull factor, dihimpun sebanyak lima indikator. Keseluruhan indikator *pull factor*, yaitu mencakup keindahan alam, kondisi iklim, keberagaman budaya, sejarah dan legenda, dan karakteristik masyarakat Bali yang ramah.

Tabel 17. Motivasi Push Factor

No	Motivasi Wisatawan (<i>Push Factor</i>)	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1	(<i>Escape</i>) Melepaskan diri dari lingkungan.	349	3,49	Sangat Setuju
2	(<i>Relaxation</i>) Keinginan untuk penyegaran	363	3,63	Sangat Setuju

No	Motivasi Wisatawan (<i>Push Factor</i>)	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
	yang berhubungan dengan masyarakat lokal.			
3	(<i>Play</i>) Menikmati kegembiraan, melalui berbagai atraksi.	359	3,59	Sangat Setuju
4	(<i>Strengthening family bonds</i>) Mempererat hubungan kekerabatan.	310	3,1	Setuju
5	(<i>Prestige</i>) Untuk menunjukkan gengsi, menunjukkan status sosial.	238	2,38	Tidak Setuju
6	(<i>Social interaction</i>) Melakukan interaksi sosial dengan teman atau dengan masyarakat lokal.	335	3,35	Sangat Setuju
7	(<i>Romance</i>) Keinginan untuk bertemu dengan orang-orang yang bisa memberikan cinta, atau untuk kebutuhan seksual.	274	2,74	Setuju
8	(<i>Education opportunity</i>) Menginginkan	344	3,44	Sangat Setuju

No	Motivasi Wisatawan (<i>Push Factor</i>)	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
	kan melihat sesuatu yang baru, mempelajari keadaan hidup masyarakat yang berbeda.			
9	(<i>Self-fulfilment</i>) Keinginan untuk mengenali diri sendiri lebih dalam.	349	3,49	Sangat Setuju
10	(<i>Wish-fulfilment</i>) Keinginan untuk merealisasikan mimpi-mimpi dan cita-cita.	356	3,56	Sangat Setuju
11	(<i>Shopping</i>) Keinginan untuk mendapatkan barang dengan berbelanja atau jual beli	334	3,34	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Berdasarkan hasil olah data, wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali sejatinya dipengaruhi oleh motivasi push factor dan pull factor. Pada dimensi push factor, indikator yang paling memberikan pengaruh, yaitu keinginan untuk berelaksasi dengan besaran nilai mean 3,63. Perolehan angka tersebut dapat dikategorikan sebagai sikap yang secara mutlak atau sangat setuju (SS).

Tabel 18 Motivasi Pull Factor

No	Motivasi Pull Factor	Skor Total	Rata-rata	Kesimpulan
1	Keindahan alam daya tarik di Bali	395	3,95	Sangat Setuju

2	Kondisi iklim yang nyaman di Bali	316	3,16	Setuju
3	Kebudayaan di Bali beragam dan unik.	326	3,26	Sangat Setuju
4	Sejarah dan legenda yang menarik untuk ditelusuri	314	3,14	Setuju
5	<i>Ethnicity</i> , karakteristik masyarakat yang ramah terhadap wisatawan	334	3,34	Sangat Setuju

Sumber: Hasil Penelitian 2024

Pada dimensi pull factor, wisatawan Iran termotivasi oleh keindahan alam daya tarik yang tersebar di Bali. Dihimpun nilai mean sebesar 3,95 dengan kategori sangat setuju (SS).

Persepsi Wisatawan Iran yang Berkunjung ke Bali

Pada penelitian ini, diaplikasikan indikator persepsi wisatawan yang didasarkan terhadap gagasan (Ryan 1991, dan James.J. Spillane 1997). Himpunan indikator persepsi wisatawan mencakup atraksi (*attraction*), fasilitas (*facility*), infrastruktur (*infrastructure*), transportasi (*transportation*), dan keramahtamahan (*hospitality*).

Berdasarkan hasil olah data, wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali sejatinya memiliki persepsi yang cenderung sangat baik terhadap keseluruhan indikator. Pertama, indikator atraksi (*attraction*) memiliki besaran nilai mean sejumlah 3,61, dimana wisatawan Iran beranggapan bahwa daya tarik wisata yang tersebar di Bali sudah diyakini sangat baik. Kedua, indikator fasilitas (*facility*) memiliki nilai mean sebesar 3,45, dimana wisatawan Iran memiliki penilaian positif terhadap keseluruhan fasilitas. Adapun indikator ketiga, yaitu infrastruktur (*infrastructure*) memiliki nilai mean sebesar 3,13, wisatawan Iran memiliki persepsi cukup positif terhadap ketersediaan infrastruktur. Akan tetapi pada indikator infrastruktur integrasi jalan mendapatkan nilai terendah sebesar 2.54. Keempat, indikator

transportasi memiliki nilai mean sebesar 3,37, dimana wisatawan Iran merasakan bahwa keragaman transportasi sudah tersedia dengan baik. Kelima, indikator keramahtamahan (*hospitality*) memiliki besaran mean 3,67, dimana wisatawan Iran memiliki persepsi yang cukup mengapresiasi terhadap keramahtamahan masyarakat Bali yang telah menjadi fundamental pariwisata Bali.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Telah dihasilkan kesimpulan bahwa pada dimensi push factor, indikator yang paling memberikan pengaruh, yaitu keinginan untuk berelaksasi dengan besaran nilai mean 3,63. Perolehan angka tersebut dapat dikategorikan sebagai sikap yang secara mutlak atau sangat setuju (SS). Pada dimensi pull factor, wisatawan Iran termotivasi oleh keindahan alam daya tarik yang tersebar di Bali. Dihimpun nilai mean sebesar 3,95 dengan kategori sangat setuju (SS). Temuan ini menunjukkan bahwa faktor yang cukup dominan dalam menarik motivasi wisatawan Iran berkunjung ke Bali, yaitu keindahan alam daya tarik wisata yang tersebar di Bali. Selanjutnya, berdasarkan aspek persepsi, wisatawan Iran sangat mengapresiasi keramahtamahan yang telah menjadi fundamental pariwisata Indonesia khususnya Bali. Hal tersebut dicerminkan oleh besaran mean indikator keramahtamahan (*hospitality*) 3,67.

Adapun, karakteristik wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali berdasarkan tourist descriptor. Pada aspek jenis kelamin didominasi oleh wisatawan perempuan, pada aspek usia mayoritas wisatawan berusia 36-45 tahun. Selanjutnya tinjauan terhadap tingkat pendidikan wisatawan menunjukkan adanya dominasi kalangan wisatawan yang telah memiliki gelar sarjana. Berdasarkan jenis pekerjaan, dapat diketahui bahwa sebagian besar wisatawan berprofesi sebagai wirausaha atau wiraswasta. Pada tinjauan terhadap status pernikahan, mayoritas wisatawan telah melangsungkan pernikahan.

Karakteristik wisatawan Iran yang berkunjung ke Bali berdasarkan trip descriptor. Mayoritas wisatawan Iran memiliki motivasi perjalanan untuk rekreasi dan relaksasi. Sebagian besar wisatawan Iran bepergian dengan keluarga dan

memiliki waktu lama kunjungan selama 7 hari. Sebagian besar wisatawan Iran baru pertama kali mengunjungi Bali. Wisatawan Iran cenderung memilih jenis akomodasi hotel dan melangsungkan perjalanan atas kehendak diri mereka sendiri. Wisatawan Iran cukup familiar dengan informasi yang terhimpun di media sosial untuk keperluan riset sebelum melaksanakan perjalanan. Wisatawan Iran memiliki besaran pengeluaran antara IDR 35.560.000 – IDR 43.400.000 (\$2.300 - \$2.800).

Saran

a. Saran Praktis

1. Pemerintah Provinsi Bali diharapkan mampu melaksanakan monitoring dan evaluasi secara berkala mengenai pemeliharaan serta pengembangan daya tarik wisata yang tersebar di seluruh wilayah Kabupaten dan Kota Pulau Bali. Sehingga melalui upaya tersebut mampu mempertahankan dan menciptakan citra pariwisata Bali.
2. Adanya perhatian khusus terhadap upaya investasi industri travel agent yang menekankan terhadap paket perjalanan untuk wisatawan Iran. Sehingga pemerintah dan industri pariwisata mampu melakukan pendataan dan menargetkan secara seksama mengenai jumlah kunjungan wisatawan Iran.
3. Pemerintah Pusat dan pemerintah Provinsi Bali bersinergi dalam mengakselerasi program promosi terhadap pangsa pasar wisatawan Iran. Tentunya program promosi perlu dikemas secara eksklusif dan sesuai segmen untuk menarik perhatian wisatawan Iran.
4. Pembukaan kembali rute penerbangan Tehran – Bali. Hal tersebut telah terbukti dapat meningkatkan jumlah wisatawan secara signifikan.
5. Perhatian khusus terhadap infrastruktur dan transportasi untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan.

b. Saran Akademis

Pada dasarnya, penelitian ini menjadi acuan dalam memberikan informasi mengenai analisis persepsi dan motivasi wisatawan. Besar harapan bahwa penelitian berikutnya mampu mengimplementasikan analisis yang lebih mendalam. Hal tersebut mencakup dari adanya jumlah sampel yang lebih banyak, teknik pengumpulan data yang dikemas lebih mendalam. Sehingga upaya memahami persepsi dan motivasi wisatawan dapat dideskripsikan lebih mendetil.

Referensi

- Al Jazeera. (2023, Mar 21). *News*. Retrieved from Al Jazeera: <https://www.aljazeera.com/news/2023/3/21/what-is-nowruz-and-how-is-it-celebrated>
- Alaeddinoglu, F. (2013). Basic Characteristic, Motivation, And Activities of Ecotourist : A Case of Lake Van Basin Area, Turkey. *International Journal of Social Science*, 91-107.
- Aprilyani, J. (2017). *Efek Raja Salman, maskapai Iran terbang ke Bali*. Bali: Kontan.id.
- BPS Provinsi Bali. (2023). *Statistik Wisatawan Mancanegara ke Provinsi Bali*. Bali: BPS Provinsi Bali.
- Clark Carter, D. (2004). *Quantitative Psychological Research: A Student's Handbook*. London: Psychology Press.
- Cook, R. A., Hsu, C. H., & Taylor, L. L. (2018). *Tourism: The Business of Hospitality and Travel*. New York: Library of Congress Cataloging-in-Publication Data.
- Dewi, N. S., & Dewi, L. G. (2018). Motivasi Berkunjung Wisatawan Mancanegara ke Karangasem Pasca Erupsi Gunung Agung. *Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper Pariwisata Dalam Pusaran gelombang Revolusi Digital 4.0*, 65-74.
- Diasputri, N. W., Sudana, I. P., & Sagita, P. A. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Wisatawan Nusantara ke Bali di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal IPTA*, 44-57.
- Fandeli, C. (1995). *Dasar-Dasar Pengelolaan Kawasan Wisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Faried, A. I., Basmar, E., Dewi, B. P., Bahri, S., & Sudarmanto, E. (2021). *Sosiologi Ekonomi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Hamzah, K., Amiruddin, N., Musthapa, N. A., & Ismail, M. N. (2016). Film-induced tourism: Young Malaysian traveller motivations to visit a destination. *3rd International Hospitality and Tourism Conference and 2nd International Seminar*

- on Tourism at Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia, Volume 3.
- Harari, Y. N. (2014). *Sapiens: A Brief History of Humankind*. New York : Harper.
- Hermawati, P., Adi, S. A., Ramli, M. I., & Aly, S. H. (2016). A Study on The Characteristic of Tourist Trip Distribution In Bali, Indonesia. *Seminar On Infrastructure Development*, 223-232.
- Hermawati, P., Adisasmita, S. A., Ramli, M. I., & Aly, S. H. (2016). A Study on The Characteristic of Tourist Trip Distribution in Bali, Indonesia. *International Seminar on Infrastructure Development*, 223.
- Hidayat, T., Damanik, J., & Soeprihanto, J. (2019). Motivasi Wisatawan Timur Tengah Berwisata ke Puncak Cianjur. *Tourism Scientific Journal*, 66-82.
- Jamrozy, U. (2006). Marketing of tourism: a paradigm shift toward sustainability. *International Journal of Culture*, 117 – 130.
- Kerlinger, F. N. (1986). *Foundations of Behavioral Research*. New York: Saunders College Publishing.
- Kompas. (2018, Januari 24). *Menggaet Kunjungan Wisatawan dari Iran*. Retrieved from Kompas: <https://www.kompas.id/baca/ekonomi/2018/01/24/menggaet-kunjungan-wisatawan-dari-iran>
- Mahdi, A., Hamadneh, J., & Kiss, D. E. (2022). Modeling of Travel Behavior in Budapest : Leisure Traveler. *24th Euro Working Group on Transportation Meetin, EWGT 2021, 8-10 September 2021, Aveiro, Portugal*, 310-317.
- Malaysia Tourism Promotion Board. (2018). *Malaysia Tourism Key Performance Indicator*. Putrajaya: Ministry of Tourism, Art and Culture Malaysia.
- Meyers, K. (2009). *Pengertian Pariwisata*. Jakarta: Unesco Office.
- Mill, R. C., & Morrison, A. (1985). *The Tourism System*. Englewood Cliffs: Prentices Hall.
- Morton, C. (2024, October 8). *The Best Islands in the World: 2024 Readers' Choice Awards*. Retrieved from <https://www.cntraveler.com/>: <https://www.cntraveler.com/galleries/2014-10-20/top-30-islands-in-the-world-readers-choice-awards-2014>
- Mulyana, C., Sudana, I. P., & Sagita, P. A. (2020). Persepsi dan Motivasi Digital Nomad Berwisata di Desa Tibubeneng, Canggu, Kuta Utara. *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata*.
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Boston: Pearson Education.
- Notoadmojo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Prabawa, I. W., & Pratiwi, P. R. (2020). The Digital Nomad Tourist Motivation in Bali: Exploratory Research Based on Push and Pull Theory . *Athens Journal of Tourism*, 161-174.
- Prasetyo, K. N., Suardana, I. W., & Suwena, I. K. (2022). Karakteristik, Motivasi, dan Sikap Wisatawan Mancanegara Menggunakan Paket Wisata Mobil VW Safari di Ubud VW Tour. *Jurnal IPTA*, 183-191.
- Prawerti, I. A., Mananda, I. G., & Dewi, L. G. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penurunan Intensitas Kunjungan Wisatawan di Daya Tarik Wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali. *Jurnal IPTA*, 13-18.
- Putri, N. N. (2019, April Kamis). *Bali Jadi Destinasi Favorit Bagi Wisatawan Timur Tengah*. Retrieved from Detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-4506678/bali-jadi-destinasi-favorit-bagi-wisatawan-timur-tengah>
- Rangkuti, F. (2002). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Saleh, A. A. (2018). *Pengantar Psikologi*. Makassar: Aksara Timur.
- Sayangbatti, P. D., & Baiquni, M. (2013). Motivasi dan Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Destinasi Terhadap Minat Kunjungan kembali di Kota Wisata Batu. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 126-136.
- Seaton, A., & Bennet, M. (1996). *The Marketing of Tourism Products: Concepts, Issues and Cases*. London: International Thomson Business Press.
- Sendra, I. M., Sudiarta, I. N., Kristanto, Y., Karini, N. M., & Supadmi, N. L. (2019). *Pengantar Pariwisata Internasional*. Bali: Cakra Media Utama.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Sleman: Literasi Media Publishing.
- Subyubon, P., Thongrom, P., Tiwasing, A., & Chaya, P. (2022). Chinese LGBT Tourist Motivation Travelling to Bangkok . *International Journal of Early Childhood Special Education*, 1933-1942.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar : Pustaka Larasan.

- Tripadvisor. (2023, Jult 25). *Best Destination in The World*. Retrieved from Tripadvisor.com: <https://www.tripadvisor.com/TravelersChoice-Destinations-cPopular-g1>
- Triton, P. B. (2007). *Metode Penelitian: Kuantitatif dan Kualitatif* . Yogyakarta: Tugu Publisher.
- Usman, H., & Akbar, U. S. (2008). *Metodologi Penelitian Sosial* . Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Walgito, B. (2004). *Pengantar Psikologi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yustiani, D. (2020). *Statistik Wisatawan Mancanegara ke Bali 2019*. Bali: BPS Provinsi Bali.
- Yustiani, D. (2022). *Statistik Wisatawan Mancanegara Ke Bali 2021*. Bali: BPS Provinsi Bali.
- Zeynalova, F. (2025, Maret). *nationalgeographic travel*. Retrieved from nationalgeographic: <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/what-is-nowruz-persian-new-year-food>