

## **PENGARUH COUNTRY/REGION OF RESIDENT, TRIP CHARACTERISTIC, TOURISM PREFERENCES DAN PERSONAL CHARACTERISTICS TERHADAP SUSTAINABLE TOURIST BEHAVIOR**

**ANTANIA SHINTA YUWONO**  
**Prodi Akuntansi S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Pamulang**  
*antania.shinta@gmail.com*

### **ABSTRACT**

*The background of this research study is to identify sustainable tourist behavior which is essential for enhancing sustainable tourism. The purpose of this study was (1) to Analyze the contribution and influence of Sustainable Tourist Behavior on Sustainable Tourism. (2) Analyze the factors that influence Sustainable Tourist Behavior. The design of this research applies quantitative study by spreading questioners to 125 tourists in Kuta, Bali. The data analysis used in this research was SEM by the support of the SPSS program and Amos program. The result of this study is that the Country/region of residents and personal characteristics not affect significantly sustainable tourist behavior. Trip characteristics, only first-time international tourist variable that affects tourist sustainable behavior. While for the tourism preferences that significantly influence sustainable tourist behavior are variable-length traveled to Kuta (duration) and the proportion of foreign travel for a year.*

**Keywords:** *tourists behavior, sustainable tourist behavior, sustainable tourism*

### **1. PENDAHULUAN**

Bali merupakan sebuah pulau di Indonesia yang berada di sisi Barat Kepulauan Sunda Kecil. Pulau indah ini berada diantara Jawa di Barat dan Lombok di Timurnya. Pulau Bali merupakan pulau indah yang penuh dengan mitos dan magis dengan pemandangan alam yang mengesankan terdiri dari gunung berapi, sawah, danau, kuil-kuil kuno, dan juga istana. Setiap yang berkunjung ke Pulau Dewata ini bisa secara leluasa mengeksplorasi berbagai keindahannya. Kepariwisata Bali telah menjadi faktor penting dalam menunjang perekonomian negara. Bali selalu dianggap sebagai tempat terbaik dan terindah di nusantara, makanya tak heran orang-orang luar banyak yang lebih mengenal Bali dibandingkan dengan Indonesia sebagai sebuah negara. Ratusan ribu turis asing datang ke Bali dalam setiap tahunnya karena mereka menganggap bahwa Bali akan mampu memanjakan segala aspek keindahan alam yang terdapat di dalamnya maupun kulinernya.

Pariwisata adalah migrasi terbesar yang dilakukan oleh manusia yang setiap tahunnya lebih dari 10% dari populasi di dunia. Berbagai organisasi internasional antara lain PBB, Bank Dunia dan *World Tourism Organization* (WTO), telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia terutama menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Dalam hubungan ini, berbagai negara termasuk Indonesia pun turut menikmati dampak dari peningkatan pariwisata dunia terutama pada periode 1990–1996. Diharapkan potensinya di seluruh dunia untuk menghasilkan pendapatan dan pertumbuhan ekonomi, pariwisata berkembang cepat dan diperkirakan dua kali lipat dalam 15 tahun ke depan (WTTC, 2007) (Budeanu, A. 2007).

Badai krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak akhir tahun 1997, merupakan pengalaman yang sangat berharga bagi masyarakat pariwisata Indonesia untuk melakukan *re-positioning* sekaligus *re-vitalization* kegiatan pariwisata Indonesia (Santosa, 2002). Menghadapi tantangan dan peluang ini, telah dilakukan pula perubahan peran pemerintah dibidang kebudayaan dan pariwisata yang pada masa lalu berperan sebagai pelaksana pembangunan, saat ini lebih difokuskan hanya kepada tugas-tugas pemerintahan terutama sebagai fasilitator agar kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh swasta dapat berkembang lebih pesat. Peran fasilitator disini dapat diartikan sebagai menciptakan iklim yang nyaman agar para pelaku kegiatan kebudayaan dan pariwisata dapat berkembang secara efisien dan efektif.

Dalam konteks global, istilah CSR mulai digunakan sejak tahun 1970an dan semakin populer terutama setelah kehadiran buku *Cannibals With Forks: The Triple Bottom Line in 21st Century Business* (1998), karya John Elkington. Mengembangkan tiga komponen penting *sustainable development*, yakni *economic growth*, *environmental protection*, dan *social equity*, yang digagas the *World Commission on Environment and Development (WCED)* dalam *Brundtland Report* (1987), Elkington mengemas CSR ke dalam tiga fokus: 3P, singkatan dari *profit*, *planet* dan *people*. Perusahaan yang baik tidak hanya memburu keuntungan ekonomi belaka (*profit*). Melainkan pula memiliki kepedulian terhadap kelestarian lingkungan (*planet*) dan kesejahteraan masyarakat (*people*).

*World Business Council for Sustainable Development* (2000) mengatakan *Corporate Social Responsibility (CSR)* didefinisikan sebagai komitmen yang lebih lanjut dari sebuah bisnis yang berlaku secara etik dan berkontribusi pada perkembangan ekonomi dan peningkatan kualitas hidup pekerja dan keluarganya, sebagai masyarakat lokal dan masyarakat yang lebih luas. Sejalan dengan pendapat Radyati (2008), CSR adalah upaya manajemen yang dijalankan oleh entitas bisnis untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan berdasar keseimbangan pilar ekonomi, sosial, dan lingkungan, dengan meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif di setiap pilar, dengan tujuan akhir *sustainability development*. Sudah jelas bahwa CSR mementingkan sebuah keberlanjutan bisnis yang bertanggungjawab, tidak hanya kepada *shareholders* tetapi juga kepada masyarakat dan *stakeholder* lainnya.

ISO 26000 mendefinisikan bahwa CSR adalah: “*Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, health and the welfare of society; takes into account the expectations of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior ; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationships*”.

Disebutkan bahwa tanggung jawab sebuah organisasi terhadap dampak-dampak dari keputusan-keputusan dan kegiatan-kegiatannya pada masyarakat dan lingkungan yang diwujudkan dalam bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan, sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh. (Marlia, M.A., 2008).

Pendefinisian CSR yang relatif lebih mudah dipahami dan bisa dioperasionalkan untuk kegiatan audit adalah dengan mengembangkan konsep *Tripple Bottom Lines* (Elkington, 1998) dan menambahkannya dengan satu line tambahan, yakni *procedure* (Suharto, 2007). Dengan demikian, CSR adalah 4P, yang kepedulian perusahaan yang menyisihkan sebagian keuntungannya (*profit*) bagi kepentingan pembangunan manusia (*people*) dan lingkungan (*planet*) secara berkelanjutan berdasarkan prosedur (*procedure*) yang tepat dan profesional. Dalam aplikasinya, konsep 4P ini bisa dipadukan dengan komponen dalam ISO 26000.

Menurut *Bussiness for Social Responsibility* (2003), CSR dilakukan untuk mencapai kesuksesan bisnis komersial dengan jalan menghormati nilai-nilai etik, manusia dan

masyarakat serta lingkungan alam. Suksesnya bisnis pariwisata tentu saja mengandalkan produk keindahan alam, tetapi kita tidak boleh lengah bahwa perilaku dari turis (*tourists behavior*) pun memiliki peran penting dalam bisnis pariwisata ini.

Diketahui bahwa perusahaan yang berkaitan dengan turis seperti hotel, *resort*, *villa*, semua perusahaan transportasi (taksi, kereta api, bus, penerbangan, dan sebagainya), travel yang memberikan paket-paket perjalanan yang menarik yang menunjang tempat wisata, seperti restoran dan lainnya. Di Indonesia ada beberapa contoh usaha hotel yang telah mencoba mendidik turis agar memiliki perilaku *sustainable tourism* dengan cara mengingatkan turis agar memperhatikan kebersihan lingkungannya, menghimbau turis agar tidak mengganti handuk hotelnya setiap hari, menawarkan turis produk-produk buatan lokal yang menarik agar turis tersebut berminat untuk membeli, memberikan pelayanan yang terbaik agar turis tidak perlu menggunakan pelayanan internasional, melainkan memberikan pelayanan yang telah ada seperti menawarkan pada turis apakah mereka bersedia memberikan donasi sukarela untuk wilayah wisata.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

### *Sustainable Tourists Behavior*

Dalam mengukur *sustainable tourists behavior*, Dinan (2010) mendefinisikan *sustainable tourists* sebagai berikut; *sustainable tourists* adalah orang yang (1) setuju dengan kode etik yang merekomendasikan bagaimana mereka harus bersikap sebagai pengunjung, (2) menghargai bahwa kegiatan mereka memiliki dampak terhadap lingkungan dan mereka harus menyesuaikan perilakunya, (3) ingin memberikan kontribusi ekonomi dan membeli produk lokal seperti makanan dan kerajinan. Oleh karena itu Dinan menyimpulkan pengukuran *Sustainable Tourists behavior* dapat dilakukan dengan 6 variabel, yakni apakah turis: (1) mengikuti kode etik, (2) membeli bahan makanan lokal, (3) membeli kerajinan lokal, (4) mendaur ulang gelas, (5) mendaur ulang kertas, (6) mendaur ulang aluminium.

Sedangkan masih menurut Dinan (2010), *tourist behavior* dapat diukur dengan menganalisa (1) *Country or region of resident* dengan mengelompokkannya menjadi Amerika, Eropa, Australia dan New Zealand, dan Asia, (2) *Trip Characteristic* yaitu tentang apakah pertama kali sebagai *international tourist* dan berada di Bali, (3) *Tourism preferences* yaitu lamanya tinggal di tempat wisata, berapa lama durasi hari dalam setahun yang digunakan untuk berwisata, *group size* dan *type of tour (group atau independent)*, (4) *Personal characteristics* yakni, *gender, age, education, and profession* dan *sustainable tourist behavior* nya dikategorikan dalam 3 sektor yang merupakan 3 dimensi prinsip dari *sustainable tourism* yakni lingkungan (*environmental sustainability*), ekonomi (*economic sustainability*) dan sosial budaya (*socio-culture sustainability*).

### *Tourist Behavior*

Dalam Undang-Undang No 10/2009 tentang Kepariwisata dikatakan “Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata”. Definisi turis ini juga ditetapkan berdasarkan rekomendasi *International Union of Office Travel Organization (IUOTO)* dan *World Tourism Organization (WTO)*. turis adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan ke sebuah atau beberapa negara di luar tempat tinggal biasanya atau keluar dari lingkungan tempat tinggalnya untuk periode kurang dari 12 bulan dan memiliki tujuan untuk melakukan berbagai aktivitas wisata.

Perilaku Turis (*Tourist Behavior*) mempelajari bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, serta memanfaatkan suatu produk dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan turis. Tantangan terbesar yang dihadapi daerah tujuan

wisata, khususnya bagian pemasaran, selama ini bagaimana mempengaruhi perilaku wisatawan agar dapat mendukung produk (barang dan jasa) yang ditawarkan kepada wisatawan. Tujuan terpenting dari setiap promosi adalah mempengaruhi wisatawan untuk berkunjung, namun tindakan pembelian hanyalah salah satu bagian dari keseluruhan proses perilaku konsumen.

*Tourist behavior* adalah perilaku turis pada saat melakukan wisata ke suatu tempat tujuan rekreasi mereka. Banyak *type* perilaku turis yang dikategorikan oleh beberapa sumber namun, ditemukan terlalu banyak tipologi yang mengabaikan kesenjangan antara preferensi *preferences and actual behavior* yang merupakan fenomena penting dalam pasar pariwisata. Setelah diperbaharui maka ditemukan beberapa kategori turis yang mengacu pada penelitian ini. Ditinjau dari sektor individual, Swarbrooke (1999) dalam website *wieterbildungstager der IHK*, mengatakan 3 kriteria turis yaitu (1) komposisi turis (*individu, family group, group of friends*). (2) jenis kunjungan dan tujuan berwisata yaitu untuk perjalanan pendidikan atau sekaligus tugas dari kantor. (3) metode berwisata menggunakan akomodasi atau transportasi umum atau pribadi. Sedangkan Shaw (1999) menyimpulkannya menjadi tujuan berwisata dan lamanya berwisata.

### **Teori Sustainable Tourism**

*World Tourism Organization*, WTO (2004) menetapkan panduan pengembangan dan praktek manajemen dari *sustainable tourism* yang dapat diterapkan pada segala bentuk dan seluruh tipe tujuan wisata. Di mana prinsip *sustainable*-nya mengarah kepada 3 aspek; lingkungan (*environment*), ekonomi (*economic*) dan sosial budaya (*socio-cultural*) dari pengembangan wisata (*sustainable tourism*), dan sebuah keseimbangan yang sesuai harus diwujudkan antara ketiga dimensi prinsip tersebut untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang. Dengan kesimpulan bahwa *sustainable tourism* harus memiliki keseimbangan antara 3 prinsipnya yakni *environment sustainability, economic sustainability* dan *socio-cultural sustainability* agar memiliki keberlanjutan jangka panjang.

WTO (2004) juga mengatakan bahwa pengembangan pariwisata berkelanjutan membutuhkan partisipasi informasi dari semua pihak terkait, serta kepemimpinan politik yang kuat untuk memastikan partisipasi yang luas dan membangun konsensus. Mencapai pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang berkesinambungan dan memerlukan pemantauan konstan dampak, memperkenalkan diperlukan pencegahan dan / atau koreksi tindakan bila diperlukan. Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) juga harus mempertahankan tingkat tinggi kepuasan wisata dan memastikan pengalaman berarti bagi para wisatawan, meningkatkan kesadaran mereka tentang isu-isu keberlanjutan dan mempromosikan kegiatan pariwisata lestari antara mereka.

Disimpulkan oleh WTO (2004), persyaratan pengembangan *sustainable tourism* sebaiknya, (1) mengoptimalkan penggunaan sumberdaya alam yang merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, memelihara esensi proses ekologi serta membantu untuk melindungi warisan dan keragaman alam, (2) Menghormati keaslian sosial budaya masyarakat setempat, melindungi warisan budaya kehidupan mereka dan nilai-nilai tradisional, serta berkontribusi pada pemahaman dan toleransi antar budaya, (3) Menjamin berjalannya operasi ekonomi secara jangka panjang, menyediakan manfaat sosial ekonomi untuk semua *stakeholder* yang terdistribusi secara adil, termasuk menstabilkan pekerjaan dan keuntungan dari pendapatan dan layanan sosial untuk masyarakat setempat, serta berkontribusi terhadap menanggulangi kemiskinan.

*United Nations Environmental Programme* dalam *website institute of tourism* juga mengacu pada prinsip-prinsip keberlanjutan mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya pengembangan pariwisata, dan keseimbangan yang sesuai harus dibangun antara ketiga dimensi untuk menjamin keberlanjutan jangka panjang. Dengan demikian, pariwisata berkelanjutan harus memanfaatkan secara optimal sumber daya lingkungan yang merupakan

elemen kunci dalam pengembangan pariwisata, memelihara proses ekologi penting dan membantu untuk melestarikan warisan alam dan keanekaragaman hayati serta menghormati keaslian sosial budaya masyarakat setempat, melestarikan warisan budaya mereka dibangun dan hidup dan nilai-nilai tradisional, dan berkontribusi terhadap pemahaman antar-budaya dan toleransi. Serta diharapkan adanya operasi ekonomi jangka panjang, memberikan manfaat sosial ekonomi bagi seluruh pemangku kepentingan yang cukup didistribusikan, termasuk pekerjaan yang stabil dan peluang pendapatan-pendapatan dan pelayanan sosial bagi komunitas tuan rumah, dan membantu mengurangi kemiskinan.

*Environment sustainability* menjadi perhatian global. Secara khusus, rasa takut bahwa percepatan degradasi lingkungan dapat merusak kemampuan jangka panjang planet ini dan penghuninya untuk bertahan hidup telah memberikan dorongan yang kuat bagi orang-orang, industri dan pemerintah untuk mencari alternatif yang lebih berkelanjutan. Kelestarian lingkungan sekarang dalam agenda banyak kota dan negara di seluruh dunia. Dalam "*naturistic*" kawasan wisata berbasis, itu adalah khusus kepentingan lokal. Meskipun pengunjung dapat mengembangkan apresiasi untuk daerah-daerah alami, mereka juga dapat berkontribusi pada berlebihan potensi sumber daya menyebabkan kerusakan permanen (Dolnicar, 2008). Diketahui bahwa keadaan lingkungan kita sebagian besar disebabkan oleh perilaku manusia (Winter, 2000). Untuk itu digalakkan program *eco-tourism* dimana tujuannya adalah agar turis memiliki sifat *eco-tourism* yakni turis yang memiliki perilaku meninggalkan dampak minimum terhadap lingkungan (Boyd, 1996).

Lebih lanjut dalam menganalisa perilaku turis dalam lingkup *economic sustainability* untuk menunjang *sustainable tourism*, di mana turis datang membawa mata uang negara mereka, serta pola membelanjakan uang mereka terhadap produk lokal yang ditawarkan tempat yang mereka kunjungi. Perilaku turis tentu saja berbeda dengan perilaku masyarakat setempat, ini bisa menyebabkan adanya pengaruh buruk akibat perbedaan norma dan perilaku di antaranya. Suatu tempat yang *sustainable tourism* jika turis yang datang merasa bahwa mereka mendapatkan manfaat ekonomi dari pariwisatanya. Dengan membeli produk lokal dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi yang adil pada segala usaha kecil dan menengah yang memproduksi produk tersebut, sehingga ada *multiplier effect* yang lebih besar (Bimonte, 2008).

### ***Country or Region of Resident***

Wilayah tempat tinggal turis dikaitkan dengan *sustainable behavior nya*. Ada pengaruh jarak tujuan wisata terhadap perilaku turis (Debbage 1991) dan menurut Carr (2002) disebutkan bahwa jarak tempat tinggal menyiratkan keakraban turis terhadap tempat wisatanya. Target kunjungan wisatawan mancanegara Indonesia tidak terbatas hanya pada negara *primary market* namun negara-negara lainnya maupun yang termasuk *secondary dan tertiary market*. Singapura, Malaysia dan Australia adalah negara terbanyak yang mendatangkan wisatawan mancanegara ke Indonesia. Wisatawan asal negara tersebut datang ke Indonesia dengan beragam motivasi dan latar belakang tersendiri. Wisatawan mancanegara asal Singapura dan Malaysia rata-rata datang ke Indonesia dengan alasan untuk berbelanja dan bermain golf. Daerah yang paling banyak dikunjunginya adalah Batam, Jakarta dan Bali. Wisatawan mancanegara asal Australia rata-rata datang ke Indonesia dengan alasan untuk spa, golf dan berlibur ke daerah pantai dengan rata-rata kegiatan untuk *diving* dan *surfing*, daerah yang biasa dikunjunginya adalah Batam, Jakarta, Surabaya dan Bali (Kemparekraf, 2011) dalam penelitian Maharani P. C, Andari R, Andrianto T.

### ***Trip Characteristic***

*Trip Characteristic* yaitu tentang apakah pertama kali sebagai turis internasional dan berada di Bali. Seringnya orang berpergian menjadi turis internasional maka akan semakin baik perilakunya di negara-negara tujuannya karena mereka sudah berpengalaman. Untuk yang pernah datang kedua kalinya ke negara tujuan wisatanya akan berperilaku lebih baik karena sudah memahami tempat tersebut.

### **Tourism Preferences**

*Tourism preferences* mencakup lamanya tinggal di tempat wisata, berapa lama durasi hari dalam setahun yang digunakan untuk berwisata, *group size* dan *type of tour (group atau independent)*.

### **Personal Characteristic**

*Personal characteristic* mencakup :

#### 1. Age (Usia)

Menurut Singgih D. Gunarso (1990) mengemukakan bahwa makin tua umur seseorang maka proses-proses perkembangan mentalnya bertambah baik, akan tetapi pada umur tertentu bertambahnya proses perkembangan ini tidak secepat ketika berusia belasan tahun. Dari uraian ini dapat disimpulkan bahwa dengan bertambahnya umur seseorang dapat berpengaruh pada bertambahnya pengetahuan yang diperoleh, tetapi pada umur-umur tertentu atau menjelang usia lanjut kemampuan penerimaan atau pengingatan suatu pengetahuan akan berkurang. Sehingga untuk dapat memahami pentingnya *sustainable tourism* ini juga dilihat dari usia.

#### 2. Gender (jenis kelamin)

Perbedaan perilaku pria dan wanita dapat dilihat dari cara berpakaian secara fisik dan melakukan pekerjaan sehari-hari.

#### 3. Education (Pendidikan)

Makin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka mudah menemukan informasi, makin banyak pengetahuan sehingga makin banyak pula pengetahuan yang dimiliki oleh orang tersebut. Pendidikan adalah salah satu usaha untuk mengembangkan kepribadian dan kemampuan di dalam dan di luar sekolah dan berlangsung seumur hidup. Menurut IB Marta (1997), pendidikan mempengaruhi proses belajar, makin tinggi pendidikan seseorang makin mudah orang tersebut untuk menerima informasi.

#### 4. Profession (Profesi)

Profesi merupakan kegiatan yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Makin cocok jenis pekerjaannya yang diemban, makin tinggi pula tingkat perilakunya. Orang yang bekerja di sektor formal memiliki akses yang lebih baik terhadap perilaku.

### **Hipotesis Penelitian**

H<sub>1</sub>: *Contry/Region of Resident* yang terdiri dari *Income level* negara asal dari turis, Asal negara dan *Group size* berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Behavior*

H<sub>2</sub>: *Trip Charactersitics* yang terdiri dari pertama kali menjadi turis internasional dan pertama kali datang ke Bali berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Behavior*

H<sub>3</sub>: *Tourism Preference* yang terdiri dari *Group tour*, Durasi tinggal di Bali dan Proporsi jumlah hari yang dialokasikan untuk berlibur ke luar negeri dari total 365 hari dalam satu tahun berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Behavior*

H<sub>4</sub>: *Personal Characteristics* yang terdiri dari Usia, Jenis kelamin, Tingkat pendidikan dan Profesi berpengaruh signifikan terhadap *Sustainable Behavior*.

### **3. METODE PENELITIAN**

Literatur tentang *Tourists behavior* dilihat dari ruang lingkup *Sustainable Tourism* mulai berkembang, tetapi sebagian besar penelitian sebelumnya seperti berfokus kepada *visitor attitude* dan *behavior intent* daripada aktual prakteknya atau perilakunya. Studi kelompok pertama, Powel (2008) meneliti *tourist attitude* dan *behavior intent*, menunjukkan bahwa partisipasi dalam ekowisata berdampak kecil terhadap sikap dan perilaku pengunjung konservasi. Tetapi perilaku pro konservasi turis ini dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Kelompok kedua, meneliti *tourists behavior* dan faktor yang mempengaruhinya. Dolnicar (2010, 717) meninjau bahwa hasil penelitian mengenai turis yang ramah lingkungan (*environmentally-friendly tourists*) tidak meyakinkan, karena turis yang ramah lingkungan sulit ditemukan, namun dalam studi barunya ditemukan bahwa usia, asal negara, penghasilan dan kewajiban moral adalah prediktor *pro-environmental behavior*. Sedangkan studi kelompok ketiga, menunjukkan *behavior impact* terhadap *local economic, environment dan culture*. Menurut Budeanu (2007, 499), *behavior tourists* dapat dilihat selama liburannya, apakah mereka memiliki konsekuensi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Studi kelompok keempat mengusulkan langkah-langkah untuk meningkatkan *sustainable tourists behavior*. Marion (2007) mengusulkan untuk menggunakan program pendidikan agar turis memiliki *low-impact behavior*.

Banyak studi yang telah meneliti *tourists behavior* dengan mengelompokkan hanya berdasarkan behavior tanpa mengacu pada *sustainable*, sedangkan dalam penelitian ini mengusulkan beberapa indikator dan ukuran *sustainable behavior* untuk menganalisa pola perilaku turis. Pada penelitian ini lebih mendekati kelompok kedua yang meneliti *tourists behavior*, hanya ada perbedaan aspek penelitiannya. Perilaku dari turis dibedakan atas 2 kelompok yaitu yang memiliki *sustainable tourist behavior* yang tinggi dan yang rendah dimana perilaku ini dipengaruhi oleh aspek *Country/region of resident, Trip Characteristics, Tourism Preferencess dan Personal Characteristics*. Selain itu, dengan mempertimbangkan 3 dimensi *Sustainable Tourism* yaitu: lingkungan (*environmental sustainability*), ekonomi (*economic sustainability*) dan sosial budaya (*socio-culture sustainability*) turis juga diminta untuk menggambarkan kebiasaan perilakunya selama kunjungan mereka.

## Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah turis yang pernah mengunjungi hotel di Kuta pada bulan Februari sampai dengan Maret 2018. Jumlah sampel yang berhasil diperoleh sebanyak 150 responden kemudian responden tersebut diberikan kuisisioner yang berisi beberapa pertanyaan. Dari hasil *sceering* terhadap kuisisioner diperoleh kuisisioner yang datanya lengkap sebanyak 125 orang turis sehingga total sampel yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian ini sebanyak 125 responden.

## Metode Analisis

### Uji Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*)

Pengujian model fit dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel independent mampu menjelaskan perilaku dari variabel dependennya. Pengujian *goodness of fit* dilihat dari besarnya nilai  $R^2$  (*r-squared*) pada model regresi.

### Uji F atau Uji Simultan

Pengujian secara simultan dilakukan untuk melihat apakah secara bersama-sama seluruh variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Adapun pengujian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$  artinya secara bersama-sama seluruh variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

$H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$  artinya secara bersama-sama seluruh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Dasar pengambilan keputusan:

Jika  $p$  - value dari F statistic < alpha, maka  $H_a$  diterima

Jika  $p$  - value dari F statistic > alpha, maka  $H_0$  diterima

### Uji t atau Uji Parsial

Pengujian parsial ini dilakukan untuk menguji koefisien regresi dengan melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan variabel lain konstan. Adapun pengujian dilakukan dengan tahapan sebagai berikut :

$H_0 : \beta_i = 0$  artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen

$H_a : \beta_i \neq 0$  artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

Dasar pengambilan keputusan:

Jika  $p$  - value dari t statistic < alpha, maka  $H_a$  diterima

Jika  $p$  - value dari t statistic > alpha, maka  $H_0$  diterima

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Uji Koefisien Determinasi (*Goodness of Fit*)

Hasil pengujian kesesuaian model menghasilkan nilai  $R^2$  sebesar 0,644 menunjukkan bahwa variasi atau perilaku dari variabel dependen yaitu *sustainable tourist behavior* mampu dijelaskan oleh variasi atau perilaku dari variabel independen yang terdiri dari aspek *Country/region of resident, trip characteristics, tourism preferences* dan *personal characteristics* sebesar 64,4%, sementara sisanya yaitu 35,6% adalah variasi atau perilaku dari variabel independen lain yang mempengaruhi *Sustainable Tourist Behavior* tetapi tidak dimasukkan dalam model. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model yang dihasilkan cukup *goodness of fit* di dalam menjelaskan perilaku dari *Sustainable Tourist Behavior*.

### Hasil Uji F atau Uji Simultan

Hasil pengujian serentak atau secara simultan dengan menggunakan uji F menghasilkan nilai  $F$  statistic sebesar 10,637 dengan  $p$ -value sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima). Dengan demikian secara statistic terbukti bahwa *Country/region of resident, trip characteristics, tourism preference* dan *personal characteristics* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.

### Hasil Uji t atau Uji Parsial

Hasil pengujian secara parsial dengan menggunakan uji t dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. Hasil Pengolahan Uji t dan Model Regresi *Sustainable Tourist Behavior***



<b>Variabel : Country/Region of Resident</b>				
Variabel	Koefisien	t-statistik	P-value	Simpulan
Pendapatan	0,00000303	0,233	0,816	Ho diterima
<b>Region</b>				
Australia	0,285	0,504	0,616	Ho diterima
Eropa	-0,638	-1,330	0,196	Ho diterima
Amerika	0,213	0,347	0,729	Ho diterima
<b>Variabel : Trip Characteristics</b>				
First time international tourist	1,366	2,488	<b>0,014*</b>	<b>Ho ditolak</b>
First time in Kuta	0,262	0,951	0,344	Ho diterima
Group size	0,063	0,645	0,520	Ho diterima
<b>Variabel : Tourism Preference</b>				
Member of tour group	-0,618	-0,995	0,322	Ho diterima
Duration	0,186	4,766	<b>0,000**</b>	<b>Ho ditolak</b>
Proportion	0,104	3,674	<b>0,000**</b>	<b>Ho ditolak</b>
<b>Variabel : Personal Characteristics</b>				
Usia	-,006	-0,295	0,768	Ho diterima
Gender	0,348	1,297	0,198	Ho diterima
High Education	-0,450	-1,333	0,185	Ho diterima
Technical Education	-0,299	-0,756	0,451	Ho diterima
Other Education	-0,128	-0,290	0,772	Ho diterima
Executive	-0,067	-0,190	0,850	Ho diterima
Skilled	-0,436	-0,980	0,329	Ho diterima
Self employee	-0,606	01,400	0,165	Ho diterima
R <sup>2</sup> = 0,644				
F <sub>statistik</sub> = 10,637 (p-value = 0,000)				
<b>Dependent Variable : Sustainable tourist behavior</b>				

Sumber : data diolah

Dari tabel di atas dapat dijelaskan penjabarannya sebagai berikut:

H1 : Contry/region of resident berpengaruh terhadap sustainable tourist behavior.

- Pendapatan turis pertahun menghasilkan koefisien estimasi sebesar 0,00000303 yang artinya pendapatan berpengaruh positif terhadap Sustainable Tourist Behavior. Makin tinggi pendapatan akan meningkatkan Sustainable Tourist Behavior. Dengan p-value sebesar 0,816 > 0,05 maka Ho diterima (Ha ditolak) dan dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh positif dari pendapatan terhadap Sustainable Tourist Behavior.
- Untuk region Australia diperoleh koefisien estimasi sebesar 0,285. Dengan p-value sebesar 0,616 > 0,05 maka Ho diterima (Ha ditolak).
- Untuk region Eropa diperoleh koefisien estimasi sebesar -0,638 yang artinya terdapat perbedaan pengaruh Sustainable Tourist Behavior sebesar -0,638 antara turis dari Eropa dan turis lainnya, di mana turis dari Eropa lebih rendah sebesar 0,638. Dengan nilai p-value sebesar 0,196 > 0,05 maka Ho diterima (Ha ditolak).
- Untuk region Amerika diperoleh koefisien estimasi sebesar 0,213. Dengan nilai p-value sebesar 0,816 > 0,05 maka Ho diterima (Ha ditolak).

H2 : Trip Characteristics berpengaruh terhadap sustainable tourist behavior

- Koefisien estimasi untuk first-time international tourist menghasilkan nilai sebesar 1,366. Dengan nilai p-value sebesar 0,04 < 0,05 maka Ho ditolak (Ha diterima) sehingga dapat

disimpulkan *first-time international tourist* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.

- b) Hasil pengolahan untuk koefisien estimasi *first-time in Kuta* sebesar 0,262 menunjukkan terdapat perbedaan pengaruh *Sustainable Tourist Behavior* antara turis yang baru pertama kali ke Kuta dengan turis yang sudah pernah ke Kuta. Dengan nilai *p-value* sebesar 0,344 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- c) Koefisien estimasi dari *group size* sebesar 0,063 menunjukkan terdapat pengaruh positif dari *group size* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*. Jika terjadi peningkatan *group size* sebesar 1 orang maka akan meningkatkan *sustainable tourist behavior* sebesar 0,063 poin. Dengan *p-value* sebesar 0,520 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).

H3 : *Tourism Preference* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior*

- a) *Member of group tour* menghasilkan koefisien estimasi sebesar -0,618. Dengan *p-value* sebesar 0,322 > 0,05 dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh dari *member of group tour* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.
- b) Koefisien untuk *duration* sebesar 0,186 menunjukkan terdapat pengaruh positif dari *duration* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*. Jika waktu tinggal di Kuta ditambah 1 hari akan menaikkan *Sustainable Tourist Behavior* sebesar 0,186 point. Dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) atau dengan kata lain terbukti secara statistik *duration* berpengaruh positif signifikan terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.
- c) Untuk variabel *proportion* (lamanya berlibur) menghasilkan nilai koefisien estimasi sebesar 0,104 yang artinya ada pengaruh positif dari *proportion* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*. Jika proporsi waktu libur untuk wisata internasional dalam 1 tahun meningkat 1% maka *Sustainable Tourist Behavior* akan meningkat sebesar 0,104 point. Dengan *p-value* sebesar 0,000 < 0,05 maka  $H_0$  ditolak ( $H_a$  diterima) sehingga dapat disimpulkan bahwa *proportion* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.

H4 : *Personal Characteristics* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior*

- a) Koefisien estimasi untuk usia sebesar -0,006. Dengan *p-value* sebesar 0,768 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- b) Hasil pengolahan untuk koefisien *gender* menghasilkan nilai sebesar 0,348. Dengan *p-value* sebesar 0,198 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- c) Untuk tingkat pendidikan yang tinggi menghasilkan koefisien estimasi sebesar -0,450. Dengan *p-value* sebesar 0,185 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- d) Koefisien estimasi untuk *technical education* sebesar -0,299. Karena *p-value* dari t-statistik sebesar 0,451 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- e) Untuk koefisien estimasi variabel *others education* diperoleh hasil sebesar -0,128. Hasil pengujian statistik menghasilkan nilai *p-value* sebesar 0,772 > 0,05 yang artinya  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *others education* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*.
- f) Untuk variabel profesi yaitu *executive* diperoleh koefisien estimasi sebesar -0,067. Dengan nilai *p-value* sebesar 0,850 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak) sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh *Sustainable Tourist Behavior* antara turis dengan profesi *executive* dengan yang bukan *executive*.
- g) Untuk turis dengan profesi *skilled* diperoleh koefisien estimasi sebesar -0,436. Dengan *p-value* sebesar 0,329 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).
- h) Koefisien estimasi untuk variabel *self employee* sebesar -0,606. Dengan *p-value* sebesar 0,165 > 0,05 maka  $H_0$  diterima ( $H_a$  ditolak).

## Analisis Hasil dan Pembahasan

Pada bagian ini akan dijelaskan dan dilakukan pembahasan tentang hasil dari pengolahan dan pengujian data model regresi yang didapat sesuai dengan variabel yang disebutkan, yaitu:

### **H1 : *Contry/region of resident* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior***

Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa **tidak ada satupun** dari indikator *Country/region of resident* yang **berpengaruh** signifikan terhadap *Sustainable Tourist Behavior*. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa *country/region of resident* tidak mempengaruhi *Sustainable Tourist Behavior* di Kuta. Sehingga disimpulkan bahwa darimana pun asal negara atau tempat tinggal seorang turis tidak ada pengaruhnya terhadap perilakunya. Disebabkan jumlah responden dalam penelitian ini terbatas, sehingga tidak banyak ragam negara yang terdata. Penelitian ini tidak mendukung penelitian Shamhub dan Label (2012).

### **H2 : *Trip Characteristics* berpengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior***

Berdasarkan dari pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa komponen dari *trip characteristics* yang **mempengaruhi** *Sustainable Tourist Behavior* di Kuta hanya variabel *first-time international tourist*. Hal ini memperkuat pendapat dan mendukung penelitian Shamhub dan Label (2012), yaitu seringnya orang berpergian menjadi turis international maka akan semakin baik perilakunya di negara-negara tujuannya.

### **H3 : *Tourism Prefefence* berpengaruh terhadap *sustainable tourist behavior***

Dari hasil pengujian di atas dapat disimpulkan bahwa variabel dari *tourism preferences* yang **berpengaruh** signifikan terhadap *Sustainable Tourist Behavior* adalah lamanya (*duration*) berwisata ke Kuta dan proporsi (*proportion*) bepergian ke luar negeri selama satu tahun. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Shamhub dan Label (2012). Sehingga perlu dibuat suatu program yang menarik agar dapat menarik turis untuk tinggal lebih lama di Kuta.

### **H4 : *Personal Characteristics* berpengaruh terhadap *sustainable tourist behavior***

Dari hasil pengujian di atas disimpulkan bahwa variabel dari *personal characteristic* yang berpengaruh signifikan terhadap *sustainable tourist behavior* tidak ada. Sehingga semua variabel-variabel *personal characteristic* yaitu *age* (usia), *gender* (jenis kelamin), *education* (pendidikan) dan *profession* (pekerjaan/profesi) tidak mempengaruhi *sustainable tourist behavior* di Kuta. Dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh. Penelitian ini tidak mendukung penelitian Shamhub dan Label (2012).

## 5. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini adalah:

1. Identifikasi terhadap *Sustainable Tourist Behavior di Bali* yang terdiri dari aspek *socio-culture, economics dan environmental* menunjukkan hasil yang masih rendah seperti ditunjukkan dengan nilai rata-rata dari *Sustainable Tourist Behavior* sebesar 5,70 dari total skor 15.
2. Dilihat dari masing-masing aspek, aspek *socio-cultural* menghasilkan indeks rata-rata 2,53 dari total skala 4, sementara untuk aspek *economic* dan *environmental*, aspek *economic* memiliki rata-rata 1,54 dari total skor 4 dan untuk *environmental* memiliki nilai rata-rata sebesar 1,62 dari total skor 4.
3. Hasil pengujian hipotesis untuk faktor-faktor yang mempengaruhi *Sustainable Tourist Behavior* adalah sebagai berikut;
  - a) Pengaruh dari *Country/region of resident* terhadap *Sustainable Tourist Behavior* menunjukkan bahwa tidak ada satupun dari indikator *Country/region of resident* yang mempunyai pengaruh terhadap *Sustainable Tourist Behavior*. Sehingga disimpulkan bahwa darimana pun asal negara atau tempat tinggal seorang turis tidak ada pengaruhnya terhadap perilakunya.

- b) Pengaruh dari *Trip Characteristics* terhadap *Sustainable Tourist Behavior* menunjukkan yang mempengaruhi *Sustainable Tourist Behavior* di Kuta hanya pada variabel *first-time international tourist*. Dan untuk yang pernah datang kedua kalinya sebagai turis internasional ke negara tujuan wisatanya akan berperilaku lebih baik karena sudah memahami tempat tersebut.
- c) Pengaruh dari *Tourism Preferences* terhadap *Sustainable Tourist Behavior*, variabel lamanya berwisata ke Kuta (*duration*) dan proporsi bepergian ke luar negeri selama satu tahun. Semakin lama mereka liburan di Kuta, semakin tinggi kemungkinan untuk turis dapat memiliki perilaku yang sustainable. Karena mereka akan lebih memahami lingkungan, budaya, dan tradisi hidup lingkungan Kuta. Turis juga dapat menyesuaikan dirinya dengan masyarakat sehingga dapat meningkatkan aspek *socio-cultural* dan ekonomi, contohnya turis dapat memahami kode etik lokal, makan makanan lokal dan membeli barang-barang lokal di Kuta. Begitu pun halnya ada proporsi bepergian dalam setahun, semakin sering semakin baik perilakunya.
- d) Pengaruh dari *Personal Characteristic* terhadap *Sustainable Tourist Behavior* tidak ada. Sehingga semua variabel-variabel *personal characteristic* tidak mempengaruhi *Sustainable Tourist Behavior* di Kuta. Sebab kategori karakter dari personal turis terbatas wilayah di Kuta serupa. Dalam penelitian ini tidak terdapat pengaruh.

## 6. REFERENSI

- Bimonte, S. (2008). Park Visitors vs Beach Tourists: A Comparative Study in an Italian Coast Region. *European Journal of Tourism Research* 1, no. 2: 112-29.
- Boyd, S.W, and Butler, R.W. (1996). Managing Ecotourism: An Opportunity Spectrum Approach. *Tourism Management* 17, no. 8: 557-66.
- Budeanu, A. (2007). Sustainable Tourist Behavior - Discussion of Opportunities for Change. *International Journal of Consumer Studies* 31: 499-508.
- Carr, N. A. (2002). Comparative Analysis of the Behavior of Domestic and International Young Tourists. *Tourism Management* 23: 321-25.
- Debbage, K.G. (1991). Spatial Behavior in a Bahamian Resort. *Annals of Tourism Research* 18, no. 2: 251-68.
- Dinan, C., and Sargeant, A. (2000). Social Marketing and Sustainable Tourism: Is There a Match? *International Journal of Tourism Research* 2: 1-14.
- Dolnicar, S. (2010). Identifying Tourists with Smaller Environmental Footprints. *Journal of Sustainable Tourism* 18, no. 6: 717-34.
- Hudrita, R. (2010). *Pengertian, Kaidah, dan Konsep Arsitektur Berkelanjutan*, <http://rezaprimawanhudrita.wordpress.com/2010/01/25/pengertian-kaidah-dan-konsep-arsitektur-berkelanjutan/> . Posted 25 Januari 2010.
- Kemenbudpar. (2011). *Statistik Pariwisata*.
- Luhrman, D. and Perescolova. (2011). *WTO*. <http://www.world-tourism.org>
- Marion, J.L., and Reid, S. E. (2007). Minimising Visitor Impacts to Protected Areas: The Efficacy of Low Impact Education Programmes. *Journal of Sustainable Tourism* 15, no. 1: 5-27.
- Marlia, M.A., (2008), *Pentingnya Implementasi Corporate Social Responsibility Pada*

- Masyarakat Indonesia*, [online], (<http://mamrh.wordpress.com/2008/07/21/> 53), diakses tanggal 01 September 2012
- Radyati, Maria R. Nindita, (2013). *CSR dari Hulu ke Hilir*. CSR, Kompas, 13 Desember 2013.
- Santosa, Setyanto P., (2002). *Pengembangan Pariwisata Indonesia*. [http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto\\_p.\\_santosa/artikel\\_setyanto\\_p.\\_santosa/pengembangan\\_\\_pariwisata\\_\\_indonesia.html](http://kolom.pacific.net.id/ind/setyanto_p._santosa/artikel_setyanto_p._santosa/pengembangan__pariwisata__indonesia.html).on 14 Februari 2002.
- Shamhub, H., and Label L., (2012). A Study of International Tourists to Thailand. *Journal of Identifying Tourists with Sustainable Behavior*.
- Swarbrooke, (1999); *Typologies of Tourist Behavior* , [www.ihk-die-weiterbildung.de/CSR](http://www.ihk-die-weiterbildung.de/CSR).
- World Tourism Organization (WTO). (2004). *Sustainable Tourism Development Conceptual Definition*, retrieved from website of the World Tourism Organization, <http://www.world-tourism.org> on 25 September 2010