

## ANALISA MOTIVASI WISATAWAN PADA BALI WALKING TOUR

Gusti Ayu Agustina Riski<sup>1\*</sup>, Gusti Ayu Wulandari<sup>2</sup><sup>1</sup>Akademi Komunitas MAPINDO, <sup>2</sup>Universitas JemberEmail: [agustina.riski@mapindo.ac.id](mailto:agustina.riski@mapindo.ac.id), [ga.wulandari@unej.ac.id](mailto:ga.wulandari@unej.ac.id)

Received: 20/5/2024; Revised: 8/6/2024; Accepted: 10/6/2024

*Abstract*

*In Indonesia, walking tours—that is, guided walking tours led by a storyteller—have emerged as a popular kind of tourism that showcases the genuine qualities of the local people. The Kultara Guide community in Bali created the Bali Walking Tour, which offers multiple paths to historical sites (heritages) in Denpasar, such as Gajah Mada Heritage, Puputan (the site of the Battle of Bali), and Sanur Seaside (Trails of Art and Culture). The aim of this research is to identify the motivation of participants/tourists towards the Bali Walking Tour. The research method used is descriptive qualitative. Data collection uses observation, interviews and documentation methods. Data analysis uses qualitative descriptive. There were 33 respondents in this study, using a purposive sampling method. Data will be processed using qualitative descriptive techniques. Based on the observations, there is a good level of interest among tourists in the Bali Walking Tour, particularly along the Gajah Mada Heritage path. Discovering Denpasar's heritage tourism history (cultural motivation) at 54.5%, making new friends and experiences (30.3%), engaging in walking activities to explore historical sites (physiological motivation) at 9.1%, and social media content (prestige motivation) at 6.1% are the reasons why tourists participate in the Bali Walking Tour.*

*Keywords: Motivation, Bali Walking Tour, Heritage Tourism, Denpasar*

**Pendahuluan**

Wisata di jalan kaki (walking tour) menjadi trend belakangan ini, terutama pasca COVID 19, dan mulai bermunculan di kota kota di Indonesia. Melalui wisata berjalan kaki, peserta/wisatawan dapat merasakan pengalaman otentik dari route yang ditawarkan pada destinasi tersebut, dengan melibatkan partisipasi masyarakat lokal serta keaktifan wisatawan pada pengalaman yang disajikan (Musthofa, 2023). Walking Tour dikembangkan oleh bisnis kreatif dengan minat khusus wisatawan terhadap beberapa destinasi baik di desa dan perkotaan, guna mengajak wisatawan untuk bernostalgia dalam memaknai sejarah pada destinasi tersebut.

Kegiatan wisata Jalan ini biasanya dikembangkan oleh komunitas yang dilaksanakan secara berkesinambungan, berlokaborasi dengan masyarakat lokal untuk mempromosikan ciri khas dari wilayahnya kepada wisatawan. Di Indonesia, kegiatan walking tour ada di beberapa daerah yang dikemas berdasarkan ciri khas yang otentik dari destinasi tersebut. Diantaranya ada Jakarta Good Guide, Jogja walking tour, bandung good guide, malang walking tour, dan lain sebagainya.



**Gambar 1.** Aktivitas Bali Walking Tour  
Sumber: dokumentasi pribadi, 2023

Di Bali sendiri, Bali Walking Tour dikelola oleh komunitas Kultara Guide sejak akhir tahun 2022. Kultara memasarkan produknya melalui media social. Namun sebenarnya tidak hanya walking tour, ada beberapa produk wisata yang ditawarkan diantaranya workshop seni Dan budaya, kunjungan ke desa wisata, Dan lain sebagainya. Secara khusus, Bali Walking Tour sendiri terbentuk dari program heritage Denpasar yang sebelumnya pernah dicanangkan oleh Dinas Pariwisata menggunakan *Dokar*. Sehingga ide ini dibuat sederhana yaitu wisata berjalan Kaki mengitari kawasan bersejarah di Denpasar, diantaranya Gajah mada, lapangan puputan, hotel inna, Dan kawasan Sanur. Bali memiliki daya Tarik wisata tersendiri, sehingga Bali memiliki banyak sebutan karena menawarkan keanekaragaman kegiatan keseharian, seni budaya serta aneka kerajinan tangan yang kreatif dari masyarakat lokal (Riski & Arthana, 2019).

### **Landasan Teori**

Motivasi merupakan suatu perangsang (keinginan) dan daya penggerak (kemauan) bekerja seseorang, dan mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai (Soekadijo, 2000), sehingga motivasi menjadi faktor penting yang mendorong wisatawan untuk mengambil keputusan mengenai daerah wisata yang akan dikunjungi (Pitana, 2006). Motivasi erat memiliki keterkaitan yang erat dengan psikologi wisatawan terkait pemenuhan kebutuhan dan kepuasan berwisata (Simkova & Holzner, 2014).

Menurut Crompton (1979) terdapat sembilan factor yang memotivasi seseorang untuk berwisata yaitu: (1) pelarian dari lingkungan yang biasa dirasakan, (2) ekspolarsi dan evaluasi diri, (3) relaksasi, (4) martabat atau status, (5) regresi atau hal yang memicu kenangan, (6) peningkatan hubungan kekerabatan, (7) sebagai fasilitas interaksi sosial, (8) kebaruan, dan (9) pendidikan. Menurut McIntosh dan Murphy (dalam Olivia, 2017) terdapat empat motif wisatawan dalam melakukan kegiatan berwisata, yaitu:

- a) Motivasi Fisik (*Physical Motivation*), yaitu keinginan wisawan untuk melakukan perjalanan wisata guna mengembalikan keadaan/ kondisi fisik yang lelah karena bekerja, diantaranya relaksasi, Kesehatan, kenyamanan, olahraga, dan bersantai, agar kegairahan bekerja timbul kembali
- b) Motivasi Budaya (*Cultural Motivation*), yaitu keinginan wisatawan untuk menyaksikan dan mengetahui budaya, adat, tradisi, kebiasaan hidup, kesenian, serta obyek tinggalan budaya (bangunan bersejarah) di suatu daerah/ negara lain.

- c) Motivasi Sosial atau interpersonal (*Interpersonal Motivations*) yaitu keinginan untuk mengunjungi/ menemui teman, keluarga, mitra kerja, atau juga orang-orang baru. Motivasi ini erat hubungannya dengan keinginan untuk melarikan diri dari kesibukan rutin sehari-hari.
- d) Motivasi fantasi status dan prestige (*Prestige motivation*), yaitu adanya fantasi dapat memperlihatkan kedudukannya atau statusnya dalam Masyarakat demi gengsi maupun pengakuan.

Menurut Amor (2015), Heritage Tourism merupakan pariwisata yang mengunjungi tempat-tempat bersejarah, seperti museum, monument dan berfokus pada elemen-elemen alam yang unik serta tinggalan sejarah dan budaya dari masa lalu. Sehingga pariwisata budaya merupakan kegiatan untuk menikmati sejarah, alam, peninggalan budaya manusia, kesenian, filosofi dan pranata dari wilayah lain (UNWTO dalam Cahyadi & Gunawijaya, 2009).

Denpasar merupakan salah satu kota yang memiliki potensi wisata sejarah atau pusaka (*heritages sites*), dimana masih banyak bangunan sisa-sisa Kerajaan Bali dan Pura yang sarat dengan unsur sejarahnya yang mampu menarik wisatawan untuk mengesahui nilai budaya dan kehidupan, serta sejarah Masyarakat kota Denpasar di masa lalu. Sebagai salah satu jaringan kota pusaka, pemerintahan kota Denpasar mengembangkan konsep *Smart City* dan *Smart Heritage*, sehingga seluruh aspek penting kota pusaka dijaga kelestariannya dan dikelola menjadi destinasi wisata baru yaitu wisata heritage (Putra & Dwijendra, 2022)

Salah satu upaya pemerintah untuk mempromosikan potensi wisata heritage di Denpasar adalah dengan mempromosikan Horse Cart untuk mengelilingi atraksi wisata di Denpasar (Ubaidi, 2019). Rute yang diandalkan untuk Denpasar Heritage City Tour adalah Pura Jagatnatha, Museum Bali, Lapangan Puputan Badung I Gusti Ngurah Made Agung, Jaya Saba, Puri Jero Kuta Denpasar, Pura Maospahit, Pasar Badung, dan Pasar Kumabasari, serta Hotel Inna Bali (Lestari, 2015)

*Walking Tour* merupakan wisata jalan kaki menyusuri Kawasan- Kawasan wisata, dengan dipandu oleh pramuwisata untuk menemani perjalanan peserta dengan menceritakan sejarah—sejarah Kawasan, jalan dan bangunan- bangunan yang dilalui oleh rutenya yang telah ditentukan. Pramuwisata pada *Walking Tour* biasa disebut dengan *story teller*, dimana seorang *story teller* harus mampu memiliki wawasan dan kemampuan menceritakan sejarah di seluruh area yang dilaluinya. (Nurfadila, 2022) Sehingga *Walking Tour* mampu mendekatkan wisatawan terhadap obyek wisata dengan membangun memori kolektif masyarakat.

Secara umum, *walking tour* merupakan paket wisata dengan menentukan rute dan durasi waktunya, namun harganya bisa bervariasi dan biasanya menggunakan metode *pay as you wish*, sehingga bisa menyesuaikan budget dari peserta yang mengikuti *walking tour* tersebut, serta menerapkan *booking fee* sebagai komitmen keikutsertaan peserta.

Menurut UNWTO (2019) *Walking Tour* memiliki beberapa manfaat diantaranya: Relatif mudah untuk dikembangkan dengan investasi yang relative kecil, Tidak memerlukan asset khusus, Memiliki potensi pasar yang tinggi, Melengkapi sumber daya pariwisata lainnya, Berkelanjutan jika dikembangkan dan dikelola dengan baik, Memiliki potensi besar untuk menciptakan manfaat ekonomi lokal, dan Memiliki potensi tinggi untuk meningkatkan kesejahteraan warga. Lebih lanjut UNWTO (2019) menegaskan bahwa terdapat lima elemen kunci yang harus dimiliki oleh suatu *walking tour* yaitu (a) Karakteristik rute (daya tarik, keamanan,

Tingkat kesulitan, akses), (b) Fasilitas yang diperlukan (papan nama, toilet, bangku, dan lain lain), (c) Sistem pemeliharaan, (d) Peluang ekonomi (akomodasi, transportasi, ritel, program budaya, hubungan ke wisata kuliner, dan anggur), serta (e) Pemasaran dan komersialisasi.

### Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian ini diperoleh melalui 2 (dua) cara yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui hasil observasi, wawancara, dan penyebaran kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui literature dan referensi terkait dengan penelitian ini.

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini bersifat data kualitatif dan data kuantitatif. Menurut Sugiyono (2019), Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk kata, kalimat, atau gambar. Sedangkan data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*. Pengumpulan data kuantitatif dilakukan melalui metode survey daring dalam bentuk kuesioner yang dibagikan secara *purposive sampling* kepada responden yang sudah mengikuti Bali Walking Tour. Pertanyaan kuesioner disusun tertutup (*close ended*) dengan jawaban yang sudah disusun menggunakan skala Likert. Kuesioner disebarikan pada Oktober- Desember 2023, dengan total responden berjumlah 33 responden. Data yang terkumpul baik data primer dan data sekunder kemudian dianalisa dengan metode analisa data deskriptif. dengan melalui 3 tahap yaitu (a) Tahap persiapan, yaitu melakukan pengecekan data melalui hasil observasi, wawancara, dan penyebaran kuisisioner; (b) Tahap Pengolahan Data, dengan menganalisa hasil kuesioner yang telah disebarikan, menghitung persentase jawaban responden melalui alat bantuan software; (c) Tahap Penarikan Sampling, yaitu menarik kesimpulan terkait motivasi wisatawan mengikuti Bali Walking Tour.

### Hasil dan Pembahasan

Di Bali, *walking tour* biasanya bersifat hiking ke gunung tertentu. Namun pada penelitian ini difokuskan kepada kegiatan walking tour di Denpasar. Salah satu provider penyedia paket Bali Walking Tour adalah Kultara Guide yang beroperasi sejak akhir tahun 2022. Pada awalnya, Rute yang ditawarkan adalah rute Gajah Mada Heritage untuk mengeksplor sejarah bangunan- bangunan tua di sekitar Jalan Gajah Mada Denpasar (Pasar Badung & Kumbasari, Kresek Alley, dan bangunan cinema tua). Rute Puputan pun dikembangkan dengan tema Sejarah Perang di Bali yang terjadi di monument Puputan, serta mempelajari sejarah budaya Bali pada Museum Bali. Sedangkan rute Sanur Seaside merupakan rute baru yang dikembangkan pada pertengahan tahun 2023 dengan atraksi bersepeda dan menyusuri Museum Le Mayuer hingga Galeri Seni di Griya Santrian.

**Tabel 1.** Rute yang ditawarkan

No	Rute yang ditawarkan	Jalur Track
1	Gajah Mada Heritage: Denpasar Old City	Sulawesi Road, Badung Market, Kumbasari Market, Denpasar Oldest Cinema, Kresek Alley, Nadhi Heritage.
2	Puputan: The Battle of Bali	Bali Museum, Jagatnatha temple, puputan Monument, Catur Muka Statue, Hotel Inna Heritage.

3	Sanur Seaside: Trail of Art & Culture	Le Mayeur Museum, Tandjung Sari Hotel, Tandjung Sari Temple, Griya Santrian Galery, serta Trutle Conservation
---	---------------------------------------	---

Sumber: Kultara Guide, 2023

Dari ketiga rute yang ditawarkan, masing masing memiliki *selling point* yang menjadi daya tarik dari peserta Bali Walking Tour. *Selling point* pada rute Pada Gajah Mada heritage Kawasan Oldest Cinema yang tersebar di sepanjang kompleks tersebut dan juga sejarah kampung pecinan yang terletak di kompleks tersebut. Meskipun bangunan cinema tersebut kebanyakan sudah alih fungsi menjadi Gedung perkantoran. Rute ini diawali dengan pertemuan dan perkenalan program di Pasar Badung, kemudian menyusuri peninggalan kampung pecinan dan industry tekstil di Sulawesi Road, atraksi lukisan mural di sepanjang Kresak Alley, memasuki pasar Kumbasari dan pasar Badung untuk kuliner dan membeli oleh oleh dari masyarakat lokal. Setelah itu diakhiri dengan wisata kuliner di Nadhi Heritage. Sedangkan rute pada Puputan the Battle of Bali, menjadikan sejarah Bali dan perang Bali pada museum Bali dan Lapangan Puputan sebagai *selling point*nya. Meeting point berada di Museum Bali, kemudian ke lapangan puputan, Jagatnatha Temple, Titik nol di Lapangan Puputan, Catur Muka Statue, dan berakhir di Hotel Inna Heritage. Wisatawan juga diberi kesempatan untuk menikmati kuliner food street di sekitaran lapangan puputan.

Rute Sanur Seaside menawarkan *selling point* berupa aktivitas bersepeda menyusuri pinggir pantai hingga Latihan tari Bali gratis, serta mengunjungi pameran lukisann di Museum Le Mayeur dan Griya Santrian. Pada Rute ini, wisatawan tidak berjalan kaki melainkan bersepeda dengan menyewa sepeda di sekitaran pantai. Meeting poinnya di Pantai Sanur kemudian menyusuri pantai ke Museum Le Meyeur dan Galeri Seni Santrian. Wisatawan juga diajak untuk melihat konservasi penyu, peninggalann sejarah di Pura Tandjung Sari, dan berakhir dengan workshop menari Tari Bali dengan masyarakat lokal.

**Tabel 2.** Jumlah Wisatawan Bali Walking Tour

Rute	JUMLAH KUNJUNGAN PADA BULAN						Total	
	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	Σ	%
Gajah Mada Heritage	15	15	3	20	26	18	98	46,4
Puputan	11	5	4	13	7	3	43	20,4
Sanur Seaside	0	7	22	16	17	8	70	33,2
<b>Total /month</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>29</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>29</b>	<b>211</b>	<b>100</b>

Sumber: Kultara, 2023

Berdasarkan hasil wawancara dengan Story Teller Kultara, peserta Bali Walking Tour yang efektif berkisar maksimal 15 peserta/ grup. Hal tersebut bermaksud untuk efektifitas dan efesiensi dalam operasional pelaksanaan *Story Teller* dalam mengawasi dan menyampaikan cerita terkait Kawasan bersejarah tersebut, sehingga peserta Bali Walking Tour dapat fokus dalam mendengarkan

penjelasan *story teller*. Dari tabel Tingkat kunjungan tersebut dapat dilihat bahwa rute Gajah Mada memiliki peminat terbesar dibandingkan dengan rute lainnya. Tingginya minat di rute Gajah Mada karena lokasinya strategis. Rute Sanur Seaside cukup diminati karena menawarkan aktivitas fisik bersepeda di tepi pantai dan workshop menari di hotel bersama masyarakat lokal. September merupakan bulan dengan Tingkat kunjungan wisatawan tertinggi.

**Tabel 3.** Demografi Responden Bali Walking Tour

No	Indikator	Jumlah (N)	Prosentase (%)
1.	Jenis Kelamin	Laki Laki	27,3
		Perempuan	72,7
2.	Umur	17-26	36,4
		27-34	45,5
		35-43	9,1
		>43	9,1
3.	Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	27,3
		Karyawan	45,5
		Ibu Rumah Tangga	9,1
		Lainnya	18,2
4.	Domisili	Bali	72,7
		Luar Bali	27,3

Sumber: Olahan Data, Penulis, 2023

Berdasarkan hasil demografi responden, menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan Bali Walking Tour adalah Perempuan sebesar 72,7 %, Hal ini menunjukkan kecenderungan bahwa perempuan cenderung senang melakukan kegiatan wisata (Hashanah, 2019). Hasil Penelitian The American Consumer (dalam Hudiono, 2022), menyatakan bahwa perempuan lebih suka merencanakan detail perjalanan, melakukan riset dalam perjalanan wisatanya, Dan suka merekomendasikan kepada teman Dan kerabatnya. Berdasarkan pengamatan, peserta Bali Walking Tour adalah perempuan yang membawa teman perempuan, atau ibu yang membawa anak anaknya untuk wisata jalan jalan dan belajar sejarah. Responden berdomisili paling banyak di Bali, dengan latar belakang Diploma/Sarjana, dan mayoritas bekerja sebagai karyawan/ swasta sebesar 45.5 %. Kebanyakan wisatawan Bali Walking Tour adalah Masyarakat lokal atau pekerja perantau yang berdomisili di Bali, sedangkan sisanya merupakan wisatawan yang sedang berkunjung ke Bali, dan melihat promosi terkait Bali Walking Tour melalui media sosial (Instagram). Dari segi umur, kebanyakan peserta Bali Walking Tour ini merupakan generasi milenial (umur 27-34 tahun) sebesar 45,5 % dan generasi milenial muda (umur 17-26 tahun) sebesar 36,4 %. Hal itu didasari kecenderungan keingintahuan yang besar, sehingga ingin melakukan perjalanan ke tempat tempat baru, dan belum dikenal, serta dianggap menarik (Wiweka, 2019).

**Tabel 4.** Motivasi Peserta Bali Walking Tour

No	Indikator	Jumlah (N)	Prosentase (%)
1	Motivasi Fisik	3	9,1
2	Motivasi Budaya	18	54,5
3	Motivasi Interpersonal	10	30,3

4	Motivasi Fantasia/ Prestige	2	6,1
---	-----------------------------	---	-----

Sumber, Olahan Data, Penulis 2023

Berdasarkan hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas Motivasi peserta mengikuti Bali Walking Tour adalah motivasi Sejarah dan budaya dari Kawasan pada rute tersebut yaitu sebesar 54,5 %. Peserta tertarik untuk memiliki pengalaman yang otentik dengan memahami sejarah di balik bangunan, museum, monument, dan situs yang mereka kunjungi dan lewati. Berdasarkan hasil wawancara, peserta memiliki keingintahuan yang besar terhadap sejarah Kawasan Denpasar, terutama di Kawasan Gajah Mada Heritage dan Puputan Bali. Selama ini mereka hanya lewat saja di Kawasan tersebut, tanpa tahu sejarah bangunan tersebut berdiri. Namun dengan mengikuti Bali Walking Tour ini peserta menjadi tahu sejarah Kawasan tersebut, dan dapat menceritakan kepada kerabat, saudara, temannya yang lain. Minat wisatawan akan meningkat jika mendapatkan pengalaman baru yang unik dan otentik (Landon & Medina, 2018), sehingga mereka tidak ragu untuk merekomendasikan jenis wisata ini kepada keluarga atau kerabat mereka berdasarkan dari pengalaman yang mereka dapatkan (Riski & Wulandari, 2022) Antusiasme peserta ditunjukkan dengan keaktifan bertanya ketika story teller menjelaskan suatu Kawasan bersejarah tersebut. Rute yang paling digemari adalah rute Gajah Mada Heritage yang menawarkan sejarah tentang Pasar Badung, Old Cinemas Complex di sekitar Kawasan Gajah Mada Heritage, Kawasan pecinan beserta muralnya.

Motivasi interpersonal untuk mendapatkan pengalaman baru dan teman baru mendapatkan prosentase sebesar 30.3 %. Kebanyakan peserta ini datang sendiri atau bersama teman dan keluarga, sehingga mereka mendapat kesempatan untuk mencoba jenis wisata berjalan kaki sambil memahami sejarah Kawasan Denpasar. Berdasarkan hasil wawancara, kebanyakan wisatawan ingin melarikan diri dari kesibukan rutin sehari-hari, dan ingin mendapatkan pengalaman dan teman baru. Beberapa dari wisatawan adalah perantau yang tinggal di Bali sehingga diharapkan dapat membangun relasi dengan orang baru yang mereka temui ketika melakukan aktivitas wisata jalan kaki. Terdapat sesi sharing dan diskusi pada Bali Walking Tour untuk membuka komunikasi di awal, selama berwisata hingga selesai berwisata, baik melalui grup chatting yang dibentuk oleh guide kultural maupun selama proses wisata jalan kaki ini.

Motivasi fisik berupa aktivitas berjalan kaki, bersepeda, dan berlatih menari memiliki persentasenya kecil jika dibandingkan dengan motivasi lainnya yaitu sebesar 9,1 %. Ada beberapa peserta yang tidak suka berjalan kaki, namun tertarik dengan sejarah. Ada beberapa peserta lainnya yang tidak bisa bersepeda sehingga menumpang kepada peserta yang lain pada rute Sanur Seaside. Jadi motivasi untuk aktivitas fisik memiliki presentasi yang kecil. Berdasarkan hasil wawancara, Sebagian wisatawan membawa keluarganya untuk mengikuti Bali Walking Tour untuk dapat mengurangi ketergantungan pada gadget, sambil berolahraga dengan berjalan kaki, sedangkan Sebagian wisatawan lain, menjelaskan bahwa untuk seputaran Denpasar yang padat, mereka ingin merasakan pengalaman jalan kaki karena dinilai lebih sederhana, tidak perlu repot dalam parkir transportasi dan terjebak dalam kemacetan.

Motivasi untuk prestige memiliki prosentasi terendah yaitu sebesar 6,1 %. Indikasi pada motivasi prestige adalah untuk kebutuhan konten di sosial media. Obyek wisata pada Kawasan Heritage Denpasar terdiri atas museum, pura, hotel

dan bangunan bersejarah, serta aktivitas Masyarakat lokal yang bisa didokumentasikan ke dalam bentuk foto dan video guna meningkatkan kepuasan wisatawan selama kegiatan berwisata. Selain sebagai koleksi pribadi (kenangan), foto dan video dapat dimanfaatkan untuk kepentingan lebih lanjut, diantaranya untuk dibagikan di media sosial masing masing. Kegiatan itu dapat menunjukkan prestige dari wisatawan, dan juga sarana promosi bagi provider Bali Walking Tour sehingga dapat menarik lebih banyak lagi peserta untuk mengikuti aktivitas wisata berjalan kaki di Kawasan heritage Denpasar ini. Pengambilan foto dan video diorganisir oleh provider beserta story teller Bali Walking Tour, sehingga hasil dokumentasi tersebut dibagikan melalui grup diskusi yang dibentuk pada awal pendaftaran peserta (WA Group)

### **Simpulan dan Saran**

Berdasarkan hasil dan pembahasan tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa motivasi budaya menjadi motivasi tertinggi yang mendorong wisatawan untuk mengikuti Bali Walking Tour. Namun ada beberapa saran untuk pengembangan Bali Walking Tour supaya dapat dijalankan secara berkesinamungan, yaitu diperlukannya kontribusi pemerintah untuk melibatkan secara resmi pelaku bisnis kreatif Bali Walking Tour sehingga dapat berpartisipasi aktif dalam melestarikan wisata heritage di Denpasar. Berpegang pada hasil pembahasan dan simpulan, dapat diusulkan untuk penelitian selanjutnya adalah terkait upaya provider untuk dapat mempromosikan paket Bali Walking Tour dengan efektif.

### **Daftar Pustaka**

- Amor, Teguh Patria, 2015. Dinamika Perkembangan Pariwisata Pusaka: Tinjauan dari Sisi Penawaran dan Permintaan di Kota Bandung". *Binus Business Review Vol. 6, No. 2, pp. 169- 183*
- Cahyadi, R, & Gunawijaya., J. 2009. *Pariwisata Pusaka Masa Depan bagi Kita, Alam, dan Warisan Budaya Bersama*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Crompton, J.L .1979. Motivation for Pleasure Vacation. *Annals of Tourism Research. Pages 408-424.*
- Hasanah, & Satrianto, A. 2019. Faktor Faktor yang mempengaruhi kunjungan ke obyek wisata komersial di Sumatera Barat. *Journal Kajian Ekonomi Dan Pembangunan 1(3), 931-938.*
- Hudiono, Rini. 2022. Pengaruh Jenis Kelamin Dan Usia terhadap Kecenderungan Berwisata selama Pandemi COVID 10. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata. Vol 5, (2).*
- Landolo, Maria del Pilar Leal, & Medina, F.X Xavier. 2018. Tourism and The Collaborative Economy: The Case of Free Walking Tours in Barcelona. *Cuadernos de Turismo, 41 (2018) page 687-689*
- Lestari, Sri, 2015. Denpasar Andalkan Heritage City Tour untuk Tarik Wisatawan. <https://travel.kompas.com/read/2015/03/13/102900127/Denpasar.Andalkan.Heritage.City.Tour.untuk.Tarik.Wisatawan>. (31 Oktober 2023).
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. 1990. *Tourism: principles, practices, philosophies* (6th Edition). New York: Wiley & Sons.

- Musthofa, Budiman Mahmud, 2023. Wisata Jalan Kaki sebagai Alternatif Aktivitas Wisata di Masa dan Pasca Pandemi Covid-19. *Jurnal Social Humaniora Terapan*. Vol 5 (2) Article 5.
- Nurfadila, Yasmin, 2022, Inilah Walking Tour, Wisata Jalan Kaki yang Ngetrend kembali <https://travel.detik.com/travel-news/d-6117616/inilah-walking-tour-wisata-jalan-kaki-yang-ngetren-kembali>. (31 Oktober 2023).
- Olivia, Dianty Lay. 2014. Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Wisatawan Surabaya Melakukan Perjalanan Wisata ke Penang, Malaysia, Surabaya. *Jurnal Program Manajemen Kepariwisata Universitas Kristen Petra Surabaya*. Vol 2 (2013) (hal 1-23).
- Pitana, I Gde. G.P. 2006. *Sosiologi Pariwisata*, Yogyakarta: PT Andi.
- Putra, I Made Alit Dwi, & Dwijendra, Ngakan Ktut Acwin. Mengembangkan Heritage Tourism di Kota Denpasar dengan Memanfaatkan Dokar Hias. *Jurnal Aritektur NALARS Vol. 21 No 2 Juli 2022. Hal 161-168*.
- Rahmiati, Filda, & Dani, Ahmad Nur. 2020. Pengaruh Atribut Tujuan terhadap Kepuasan Wisatawan: Studi pada Walking Tourism. *Jurnal Pariwisata Bol 7 No.2 September 2020. Hal 155-165*.
- Rani, Fitria Puspita; Kusuma, Hanson E, & Tampubolon, Angela, C. 2020. Hubungan Motivasi, Kegiatan, dan Karakter Tempat Wisata pada Pusaka Saujana Imogiri Yogyakarta. *JUMPA Vol 6 No.2 Januari 2020 hal. 470- 495*
- Riski, Gusti Ayu Agustina & Arthana, I Wayan Arta. 2019. Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Wisatawan di Pita Maha Resort & Spa Ubud Bali. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata, Januari- Juni 2019, Vol.9. No.01 hal 19- 34*.
- Riski, Gusti Ayu Agustina & Wulandari, Gusti Ayu. 2022. Identification of Destination's Attributes in Desa Coklat Bali as Educational Tourism Destination in Tabanan Regency. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel Akademi Komunitas MAPINDO Vol 6 No 2 Edisi Desember 2022 (hal 633-648)*
- Simkova E, & Holzner, J. 2014. Motivation of tourism participants. *Procedia-Social and behavioral Sciences, 159 (2014) page 660-664*.
- Soekadji, R.G, 200, *Anatomi Pariwisata*, Jakarta: Penerbit PT Gramedia, Pustaka Utama.
- Sugiono. 2019. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Ubaidi, Achmad Mufid., 2019, *Identifying Strategies in Promoting the Route of Horse-Cart Denpasar Heritage City Tour in Dinas Pariwisata Kota Denpasar, Bali*. Tugas Akhir D3 thesis, Universitas Airlangga.
- United Nation World Tourism Organization. 2019. *Walking Tourism – Promoting Regional Development, Executive Summary*, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420520>
- Wiweka, Kadek, S. S., 2019. Perilaku Berwisata Wisatawan Generasi Milenial di Jakarta Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Sains Terapan Pariwisata Vol. 4, No. 3, (313-334)*