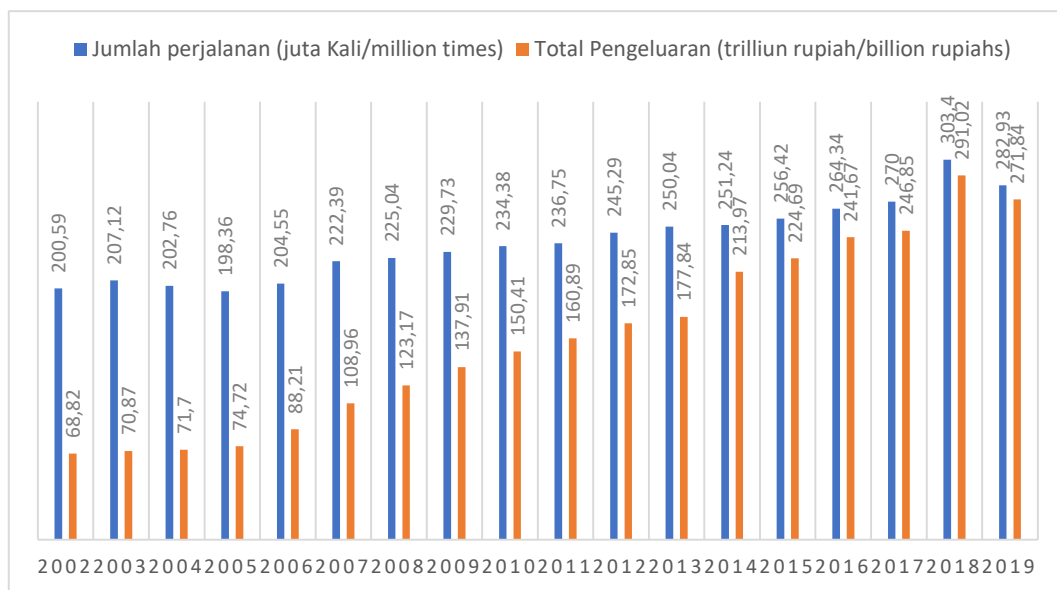


masyarakat. Hal lain yang perlu dipikirkan adalah bagaimana dengan wisatawan domestik atau dikenal dengan istilah wisatawan nusantara (wisnus) ?.

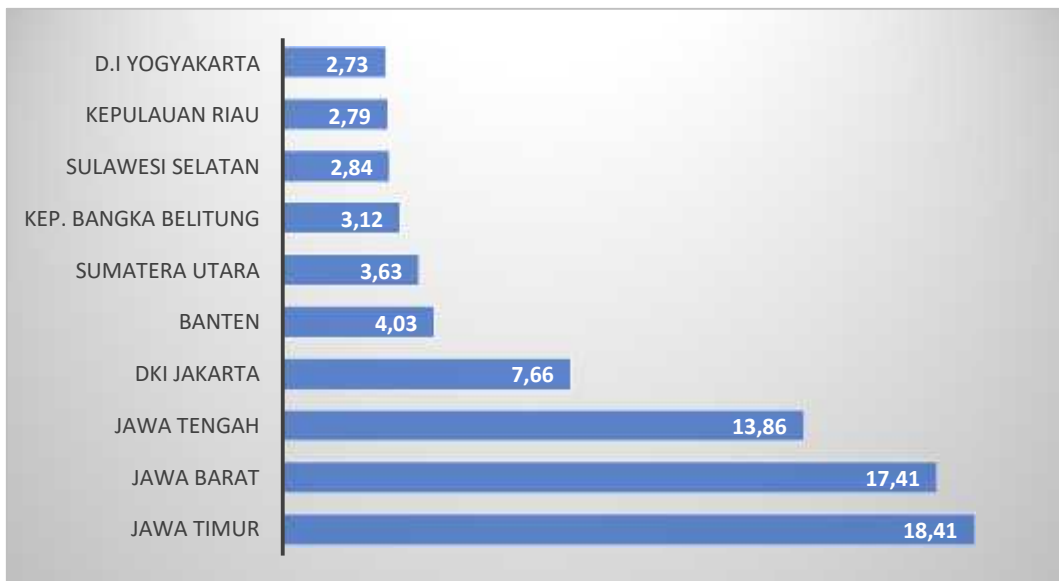
Menurut data yang dirilis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif di dalam Buku Statistik Wisatawan Nusantara Tahun 2019 disebutkan beberapa penciri yang berbeda dalam memperhitungkan data dan karakteristik wisatawan domestik. Misalnya dari jumlah perjalanan maka di bedakan dalam dua karakteristik yaitu berdasarkan asal dan tujuan, demikian dalam perhitungan hasil pembelanjaan wisatawan domestik yang lebih condong pada pemerataan pendapatan dibandingkan pada devisa yang identik dengan uang ‘segar’ (*fresh money*) yang masuk ke negara. Sebagai gambaran bahwa wisatawan domestik berkontribusi hingga 270 triliun rupiah dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara tahun 2019.



**Gambar 1.1. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara 2002 - 2019**  
 Sumber : Disalin dari <https://www.kemendparekraf.go.id/statistik-wisatawan-nusantara>

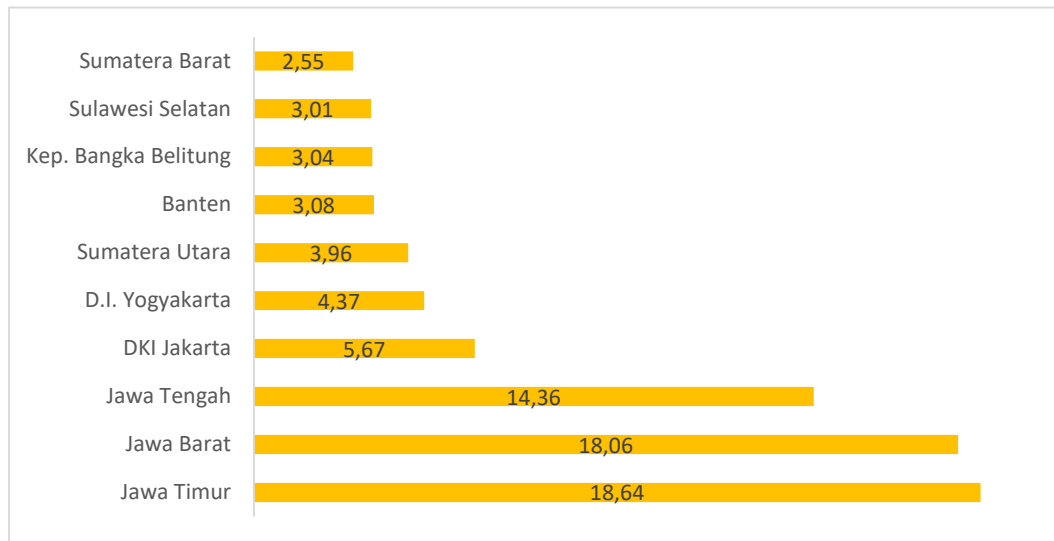
Dari total jumlah perjalanan tersebut wisatawan nusantara memiliki dua kategori pengukuran yaitu berdasarkan asal dan tujuan. Berdasarkan asal perjalanan terbesar

berasal dari propinsi Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, DKI. Jakarta, Banten, Sumatera Utara, Kep. Bangka Belitung, Sulawesi Selatan, Kepulauan Riau, dan D.I Yogyakarta. Sementara itu berdasarkan propinsi tujuan maka destinasi yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan domestik adalah Jawa Timur, Jawa Barat, Jawa Tengah, DKI. Jakarta, D.I Yogyakarta, Sumatera Utara, Banten, Kep. Bangka Belitung, Sulawesi Selatan, dan Sumatera Barat (Statistik, 2019).



**Gambar 1.2. Sebaran Jumlah Wisatawan Nusantara (Wisnus) Menurut Provinsi Asal Tahun 2019**

Sumber : Disalin dari Badan Pusat Statistik Indonesia 2019



**Gambar 1.3. Sebaran Jumlah Wisatawan Nusantara (Wisnus) Menurut Provinsi Tujuan Tahun 2019**

Sumber : Disalin dari Badan Pusat Statistik Indonesia 2019

Dilansir portal berita *online* [sindonews.com](http://sindonews.com) yang berjudul “ Mengandalkan (kembali) Pariwisata ”, dalam hal ini wisatawan domestik menjadi harapan besar dalam kebangkitan Pariwisata nasional terlepas wisman saat ini tidak bisa diandalkan mengingat tingkat kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) diperkirakan masih jauh dari normal. Berdasarkan data BPS, Indonesia kehilangan wisman sebanyak 80% lebih dalam setahun terakhir, sejak mulai febuari 2020 hingga kini. Sejumlah sumber sebagaimana diberitakan oleh banyak sumber bahwa wisatawan domestik adalah alternatif yang potensial disaat pariwisata tidak bisa lagi mengandalkan wisman, sehingga menjadi sesuatu yang menarik untuk melihat kembali potensi wisatawan domestik ini. Yogyakarta adalah salah satu destinasi tujuan wisatawan domestik yang tetap diminati bahkan dalam kondisi pandemi saat ini. Secara nasional D. I Yogyakarta berada di peringkat ke- 5 sebagai salah satu tujuan kunjungan wisatawan domestik di tahun 2019.

**Tabel 1.2. 10 Besar Banyaknya Perjalanan yang dilakukan Penduduk Indonesia Menurut Provinsi Tujuan Selama 2019**

<b>NO</b>	<b>Provinsi Tujuan</b>	<b>Total</b>
1	Jawa Timur	52.723.555
2	Jawa Barat	51.097.879
3	Jawa Tengah	40.624.037
4	DKI Jakarta	16.034.928
5	DI Yogyakarta	12.353.779
6	Sumatera Utara	11.205.679
7	Banten	8.723.893
8	Kepulauan Bangka Belitung	8.610.358
9	Sulawesi Selatan	8.515.372
10	Sumatera Barat	7.219.868

Sumber : Disalin dari Badan Pusat Statistik Indonesia 2019

Jumlah Kunjungan wisatawan telah menjadi faktor kuat, dalam berperan aktif berkontribusi sektor pariwisata kedalam meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, terutama masyarakat sekitar di daerah tujuan daya tarik wisata tersebut. Daerah Istimewa Yogyakarta adalah salah satu daerah tujuan daya tarik wisata yang memiliki visi dalam pembangunan Kepariwisataan dalam RIPPARDA Tahun 2012–2025, yaitu terwujudnya Yogyakarta sebagai Destinasi Pariwisata berbasis budaya terkemuka di Asia Tenggara, berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah untuk kesejahteraan masyarakat (Daerah & Yogyakarta, 2012).

Jumlah kunjungan wisatawan ke D.I Yogyakarta naik sangat signifikan sejak tahun 2015-2019. Di tahun 2019 jumlah wisatawan yang kategori menginap di akomodasi mengalami kenaikan dibanding tahun 2018 yakni mencapai 6,5 juta wisatawan, terdiri dari 6,1 juta wisatawan domestik ( nusantara ) dan 433 ribu wisatawan mancanegara. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara tahun 2015-2019 mampu tumbuh rata-rata di atas 15 persen per tahun. (Dinas Pariwisata Yogyakarta, 2019)

**Tabel 1.3. Jumlah Kunjungan Wisatawan ke DIY Tahun 2015 – 2019**

<b>Tahun</b>	<b>Wisman</b>	<b>Wisnus</b>	<b>Wisman dan Wisnus</b>
2015	308.485	3.813.720	4.122.205
2016	355.313	4.194.261	4.549.574
2017	397.951	4.831.347	5.299.298
2018	416.373	5.272.718	5.689.091
2019	433.027	6.116.354	6.549.381

Sumber : Disalin dari Statistik Kepariwisata 2019

Mengutip dari pernyataan (Disegna & Osti, 2016) kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi salah satunya ditunjukkan dengan besaran pembelanjaan wisatawan di destinasi tersebut. Hal senada pernah diteliti oleh (Salleh et al., 2012) terhadap pembelanjaan wisatawan asal timur tengah di Malaysia yang menyebutkan bahwa sektor yang paling disukai pelancong akan banyak diminati pelancong salah satunya diukur dengan besarnya pembelanjaan pada sektor tersebut.

Nilai ekonomi pariwisata yang diukur dari pembelanjaan juga telah diakui oleh OECD dalam OECD Tourism Trend and Policies 2020 bahwa konsumsi wisatawan yang mencakup akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, travel agent, penyewaan fasilitas, produk budaya, dan aneka kebutuhan rekreasi adalah komponen penting yang akan menghasilkan pendapatan bagi destinasi (OCDE, 2020).

Pemerintah DIY telah secara berkala merilis data terkait dengan Pembelanjaan wisatawan baik wisatawan asing maupun wisatawan domestik. Penelitian akan mengambil fokus pada pembelanjaan wisatawan domestik. Komponen pembelanjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mengetahui pola pembelanjaan yang dikonsumsi wisatawan selama melakukan perjalanan wisata apa saja serta berapa jumlah uang yang

dibelanjakan untuk keperluan akomodasi, transportasi, makan dan minum, cinderamata, hiburan, dan pengeluaran lainnya.

- 2) Wisatawan domestic ( nusantara ) adalah seseorang yang melakukan kegiatan perjalanan di wilayah teritori suatu negara, dalam hal ini adalah Indonesia, dengan lama kegiatan perjalanan kurang dari enam bulan dan bukan bertujuan untuk bekerja dan memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi serta bukan merupakan perjalanan rutin seperti bersekolah maupun bekerja, dengan mengunjungi daya tarik wisata bersifat komersial dan memiliki tempu jarak perjalanan lebih besar atau sama dengan 100 (seratus) kilometer selama pergi sampai pulang (Statistik, 2019)
- 3) Pembelanjaan wisatawan domestik akan dibandingkan dengan pola pembelanjaan wisatawan domestik secara regional dan nasional untuk mengetahui ada tidaknya pergeseran atau perbedaan pola pembelanjaan wisatawan saat ini dan sebelumnya.

Mempertimbangkan sejumlah basis empiris di atas maka penelitian ini adalah upaya untuk mencermati perihal pola pembelanjaan yang dikhususkan untuk wisatawan domestik. Rencana kasus yang diambil berada di lokasi provinsi D.I Yogyakarta, Kota Yogyakarta yang lebih spesifik adalah wisatawan yang datang di Kawasan Malioboro. Pertimbangan utama dipilihnya lokasi kasus D.I Yogyakarta adalah salah satu provinsi tujuan wisatawan domestik yang cukup potensial berada di urutan 5 dalam level nasional dan Kota Yogyakarta sendiri memiliki jumlah wisatawan nusantara tahun 2019 – 2020 yakni 5.763.390 berdasarkan data Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta. Wisatawan domestik adalah penyokong sektor pariwisata nasional ketika tidak memungkinkan mengandalkan wisatawan mancanegara sebagai sumber devisa. Di pilihnya Kawasan Malioboro dikarenakan telah menjadi destinasi favorit dan andalan bagi wisatawan domestik maupun wisatawan asing, dengan didukung oleh pernyataan Ekwanto selaku Kepala Unit Pelaksana Teknis Malioboro menyebutkan Kawasan Malioboro sering dipadati oleh wisatawan dan hari puncaknya saat *weekend* bisa mencapai 1000 wisatawan.

(<https://kumparan.com/tugujogja/jumlah-kunjungan-wisata-ke-malioboro-capai-1-000-orang-saat-weekend-1u0PsPd3n0J/full>).

Kawasan Malioboro adalah daya tarik wisata wajib dikunjungi dan pusat perbelanjaan yang paling terkenal bagi wisatawan nusantara maupun mancanegara ketika berada di kota Yogyakarta. Sehingga Kawasan Malioboro dipilih menjadi Lokasi yang tepat dalam penelitian ini tentang berkaitan dengan menganalisis pola pembelian wisatawan domestik di Indonesia.

## **1.2 Perumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian**

Pembelanjaan wisatawan adalah salah satu unsur penting dalam menilai keberhasilan kinerja pariwisata. Di Indonesia pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah secara rutin merilis data terkait dengan pembelian wisatawan, tujuannya tentu untuk memberikan gambaran kepada segenap masyarakat termasuk dalam merumuskan kebijakan untuk selalu melihat pada tren yang ada. Penelitian yang diangkat oleh (Disegna & Osti, 2016) mengungkapkan bahwa kepuasan wisatawan terhadap suatu destinasi diukur dari besaran pembelian wisatawan di destinasi tersebut. Di Yogyakarta, pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata telah secara rutin melakukan penelitian terkait dengan analisis belanja wisatawan setiap tahunnya, harapannya tentu saja adalah mengetahui perkembangan tren pembelian wisatawan yang terjadi. Berangkat dari sejumlah fakta empiris inilah maka penelitian ini berupaya untuk menguji tentang pola belanja wisatawan khususnya wisatawan domestik yang mengunjungi Kawasan Malioboro.

Fokus wisatawan domestik diambil dengan pertimbangan bahwa wisatawan domestik adalah wisatawan yang saat ini sangat diandalkan oleh pemerintah dalam meningkatkan kinerja sektor pariwisata. Pada sisi lain mengapa wisatawan yang berada di Kawasan Malioboro adalah kedudukan Kawasan Malioboro sebagai salah satu destinasi yang selalu ramai dikunjungi wisatawan sepanjang waktu, bahkan saat terjadi pandemi seperti sekarang ini.

Adapun pertanyaan penelitian yang akan diajukan terkait dengan permasalahan tersebut di atas adalah:

1. Bagaimana pola belanja wisatawan domestik yang mengunjungi Kawasan Malioboro?
2. Apa saja unsur-unsur pembentuk pola belanja wisatawan domestik di Kawasan Malioboro?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Melakukan analisis deskriptif pola belanja wisatawan domestik di DIY khususnya yang mengunjungi Kawasan Malioboro
2. Melakukan analisis deskriptif unsur – unsur pembentukan pola belanja wisatawan domestik di Kawasan Malioboro

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

Manfaat Teoritis:

1. Penelitian ini diharapkan secara teoritis dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang perilaku wisatawan domestik terkait dengan pola pembelanjaan (*spending pattern*).
2. Penelitian ini di harapkan bagi akademik dapat dijadikan sumber informasi wawasan untuk pendidikan bagi mahasiswa kepariwisataan untuk mendalami mata kuliah kepariwisataan khususnya tentang perilaku wisatawan.

Manfaat Praktis:

1. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi masyarakat dalam usaha mengembangkan industri pariwisata khususnya dalam mencermati perilaku pasar wisatawan.



2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi bagi para pelaku usaha pariwisata terkait dengan keputusan-keputusan strategi pengembangan pasar khususnya wisatawan domestik.