

## **Kajian Pengeluaran Wisatawan Domestik Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Kunjungan Di Kota Yogyakarta**

**Yunisti Pratiwi**

Universitas Putra Bangsa

[yunistipratiwi@gmail.com](mailto:yunistipratiwi@gmail.com)

**Syahrul**

Universitas Putra Bangsa

[syahrulthamrin92@gmail.com](mailto:syahrulthamrin92@gmail.com)

### **Abstrak**

Pengeluaran wisatawan adalah salah satu unsur penting dalam menilai keberhasilan kinerja pariwisata. Wisatawan domestik secara umum tidak menghasilkan devisa tetapi wisatawan domestik sangat berperan penting dalam pemerataan ekonomi dan membangkitkan perekonomian pada saat pandemik, krisis ekonomi dan lain – lainnya. Dalam studi penelitian ini dilakukan di Kawasan Malioboro kota Yogyakarta, karena tempat wisata favorite, selalu ramai dan memiliki produk wisata yang lengkap. Dalam studi Penelitian ini melakukan penelitian tentang kajian pengeluaran wisatawan domestik di Kawasan Malioboro dengan kegiatan pendekatan kualitatif deskriptif. Pengumpulan data primer dan sekunder melalui observasi, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Hasil unsur yang mempengaruhi pembentukan pola pengeluaran, menghasilkan nilai positif bisa mempengaruhi dalam hal tingkat keinginan wisatawan domestik untuk berkunjung ulang ke Kawasan Malioboro. Saran terhadap pengeluaran wisatawan untuk meningkatkan kualitas dan memperbanyak lagi destinasi dan daya tarik wisata sehingga dengan beralasan wisatawan lebih betah berlama serta meningkatkan kegiatan promosi.

**Kata Kunci** *Pariwisata, Pengeluaran, Wisatawan*

## **I. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

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. Berdasarkan PERDA D.I Yogyakarta nomor 1 tahun 2019 tentang perubahan atas PERDA D.I Yogyakarta nomor 1 tahun 2012 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah provinsi D.I Yogyakarta tahun 2012 – 2025 yang memiliki visi dalam pembangunan kepariwisataan yaitu sebagai Destinasi Pariwisata berbasis budaya terkemuka berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, dan menyejahterakan masyarakat. (PERDA D.I Yogyakarta ,2019)

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)

Pengeluaran 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 pengeluaran 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 Pengeluaran 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 Pengeluaran wisatawan yang terjadi. Berangkat dari sejumlah fakta empiris inilah maka penelitian ini berupaya untuk menguji tentang pola pengeluaran wisatawan khususnya wisatawan domestik yang mengunjungi Kawasan Malioboro.

Wisatawan domestik adalah wisatawan yang saat ini sangat diandalkan oleh pemerintah dalam meningkatkan kinerja sektor pariwisata. Pada sisi lain mengapa mengambil wisatawan yang berada di Kawasan Malioboro karena kedudukan Kawasan Malioboro sebagai salah satu destinasi yang selalu ramai dan populer dikunjungi wisatawan sepanjang waktu.

Adapun pertanyaan yang akan diajukan terkait dengan penelitian ini adalah:

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

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

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

### **Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan memiliki

Manfaat Teoritis:

1. Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dalam memperkaya wawasan tentang perilaku wisatawan domestik terkait dengan pengeluaran.
2. Diharapkan bagi akademik dapat dijadikan sumber informasi wawasan untuk pendidikan bagi mahasiswa khususnya tentang kepariwisataan.

Manfaat Praktis:

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

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

## II. LANDASAN TEORI

### Pariwisata dan Kepariwisataan

Keberadaan Pariwisata maupun Kapariwisataan sangat berkaitan dengan seseorang yang melakukan perjalanan wisata tersebut, yakni wisatawan. Pada dasarnya prinsip wisatawan dalam kegiatan melakukan perjalanan wisata adalah mendapatkan kesenangan dengan berbagai keinginan/kebutuhan atau motivasinya dalam perjalanan wisata tidak untuk mencari penghasilan uang maupun bekerja. Sehingga dalam hal ini wisatawan tidak terlalu mementingkan jarak dan biaya yang akan dikeluarkan karena pada dasarnya keinginan/kebutuhan atau motivasi murni mencari kesenangan (Arjana, 2016). Sehingga wisatawan adalah konsumen yang harus diberi pelayanan secara prima sehingga wisatawan selalu royal dalam hal melakukan aktivitas membelanjakan produk wisata.

### Motivasi Kunjungan Wisatawan

Motivasi kunjungan wisata perlu dipertimbangkan dalam memperoleh tingkat kunjungan wisatawan di suatu destinasi wisata, sehingga bisa mengetahui hal apa yang diinginkan dan menjadi kebutuhan seorang wisatawan ketika berwisata. Jenis – Jenis motivasi yang harus diketahui menurut Crompton dkk (Bansal dan Einsel, 2004: 390)(Jayadi et al., 2017): (1) Iklim adalah istilah yang memiliki makna luas, wisatawan termotivasi mengunjungi iklim yang tidak sama dengan daerah tempat tinggal yang dimilikinya, sehingga menjadi pengalaman yang baru. (2) Relaksasi adalah kategori motivasi untuk menghindari rutinitas sehari-hari yang menjenuhkan dan memilih kegiatan yang disukai. (3) Petualangan adalah kegiatan yang memiliki tujuan mencari pengalaman yang baru dan menantang. (4) Alasan pribadi adalah seperti bernostalgia dan mengenang kembali guna meningkatkan bersosialitasi melalui kegiatan berwisata. (5) Edukatif adalah motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, memiliki tujuan mendapatkan pengetahuan yang baru.

### Pembelanjaan Wisatawan Sebagai Faktor Penting Pariwisata

Adanya pengeluaran wisatawan memberi manfaat menompang perekonomian nasional dalam memperoleh devisa, terlihat pengaruh keberadaan belanja wisatawan asing kepada Indonesia memberikan dampak peningkatan cadangan devisa Indonesia yang dipergunakan menjadi aset negara, lalu pada tahun 2005 jumlah total penerimaan devisa di sektor pariwisata menempati posisi tiga besar setelah satu dan dua ditempati komoditas minyak dan gas, lalu komoditas pakaian (Togatorop & Setiawina, 2017). Alhasil dengan tingkat kunjungan yang tinggi di suatu Kawasan atau tujuan wisata, maka akan semakin besar manfaat yang diperoleh bagi penerimaan ekonomi daerah tersebut. Sehingga pembelanjaan wisatawan menjadi faktor penting pariwisata, dikarenakan bisa memajukan pembangunan ekonomi dan pariwisata yang berkelanjutan (Dinas Pariwisata DIY, 2017)

### Faktor – Faktor Yang Pengaruhi Pengeluaran Wisatawan

Produk wisata menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengeluaran wisatawan, sebabnya produk wisata juga menjadi pertimbangan wisatawan untuk berkunjung, memiliki dasar tentang informasi soal keunggulan suatu produk wisata

menjadikan motivasi keputusan wisatawan dalam berkunjung dan disusun secara terencana, sehingga motivasi keputusan tersebut menimbulkan rasa menyenangkan bagi wisatawan tersebut (Tjiptono, 2008). Pemilihan akan produk wisata saling terkait akan perilaku wisatawan, secara sederhana perilaku wisata yang dimaksudkan berkaitan dengan aktivitas dalam mencari, memilih, menggunkan, mengevaluasi maupun membuang terhadap produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. (Morissan, 2007:64)

### **Pengertian Dan Pentingnya Wisatawan Domestik**

Secara sederhana wisatawan domestik ( wisnus ) adalah seseorang yang melakukan kegiatan wisata yang hanya di wilayah teritori, yang tidak memperoleh penghasilan ke tempat dikunjungi. Meskipun wisatawan domestik tidak menghasilkan pendapatan devisa bagi negara, keberadaan wisatawan domestik mampu menghidupkan sektor atau produk wisata, misalnya akomodasi penginapan dan moda transportasi, bahkan mempopulerkan daya tarik wisata yang baru.

Repetear guest telah menjadi bukti sebagai kepuasan wisatawan, apalagi di zaman moderan ini dengan membagi atau memposting di sosial media akan foto – foto memperlihatkan keindahan alam dan budaya berserta dengan perasaan yang dialami ketika berwisata yang telah mendukung kepuasan wisatawan tersebut. Dalam menyampaikan berkomentar baik melalui Mouth to Mouth ke teman dan kerabat diharapkan juga bisa meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung (Ni et al., 2021).

## **III. METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Pendekatan Penelitian ini, memiliki topik pengeluaran wisatawan di lakukan dengan melakukan kegiatan pendekatan bersifat Kualitatif Deskriptif. Dalam kegiatannya secara naturalistic untuk memahami suatu fenomena. Memiliki tujuan untuk mendapatkan pencerahan dan pemahaman terhadap suatu fenomena pada situasi/keadaan yang sama. Sehingga penelitian yang bersifat Kualitatif ini dekat dalam pemahaman mengenai masalah – masalah dalam fenomena kehidupan sosial berdasarkan kondisi nyata dan rinci. (Anggito, Albi &Setiawan, 2018).

### **Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kawasan Malioboro, yang berlokasi di Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan Malioboro adalah suatu Kawasan yang berada di pusat kota dan pemerintahan, yang terkenal akan daya tarik wisata belanja baik aktivitasnya secara tradisional maupun moderan. Selain itu juga Kawasan Malioboro sepanjang jalan berjejer bangunan peninggalan makna akan sejarah dan budaya. Memiliki lokasi yang sangat mudah dijangkau oleh wisatawan menjadi keunggulan tersendiri sehingga Kawasan Malioboro menjadi destinasi andalan di kota Yogyakarta. Terkait hal ini lokasi Kawasan Malioboro menarik untuk diteliti terutama tentang aktivitas wisatawan akan pengeluaran membeli produk wisata. Ada lima zona lokasi di Kawasan malioboro menjadi aktivitas penelitian meliputi Grand Inna Malioboro-Malioboro Mal, Malioboro Mal-Hotel Mutiara, Halte Trans Jogja 2-Jalan Suryatmajan, Jalan Suryatmajan-Jalan Pabringan, dan Jalan Pabringan-Titik Nol Kilometer.

**Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder dilakukan berdasarkan jenis data yang kita butuhkan. Dalam pekerjaan ini pengumpulan data dibedakan menjadi 2 (dua) sumber, yaitu Data Primer dan Data Sekunder

Metode pengumpulan Data Primer yang digunakan menurut (Noor, 2015), terdiri dari : Wawancara, Kuesioner, Observasi dan Dokumentasi. Metode Pengumpulan Data Sekunder yang digunakan adalah hasil dari penelitian terdahulu yang berasal dari penelitian orang atau instansi/lembaga lain dalam bentuk cetak maupun publis.

**Sampel Penelitian dan Teknik Sampel**

Jenis sampel yang dipilih adalah teknik purposive sampling. Menurut Sugiyono purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data terhadap responden yang dianggap paling tahu tentang apa yang diharapkan dalam memberi informasi , sehingga akan memudahkan menjelajahi situasi sosial yang diteliti (Sugiyono, 2016). jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan Rumus Slovin adalah 100 wisatawan yang akan menjadi Responden.

Kriteria sampel dalam hal ini adalah:

1. Wisatawan domestik ( nusantara ) yang sedang berwisata di Kawasan Malioboro Kota Yogyakarta
2. Berasal dari dalam maupun luar Kota Yogyakarta
3. Berumur di atas 15 tahun (mampu berbelanja)

**IV. HASIL PENELITIAN**

**Asal Daerah Wisatawan Domestik**

Jumlah responden dalam Penelitian ini adalah 100 responden. Kunjungan wisatawan domestik ke Malioboro sebagian besar berasal dari Pulau Jawa Tengah. Secara lengkap, daerah asal wisatawan domestik ditampilkan dalam tabel berikut.

**Tabel 1. Asal Daerah Wisatawan Domestik**

<b>Asal Daerah</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Jawa Tengah	71	71 %
Jawa Timur	12	12 %
Jawa Barat	10	10 %
Sumatera	5	5 %
DKI Jakarta	1	1 %
Papua	1	1 %
Total (N)	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

**Penghasilan Responden Per-Bulan**

Penghasilan Responden Per-Bulan di bagi menjadi 3 kategori yaitu < Rp 1.500.000, Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000, dan > Rp 3.000.000. Sehingga dari 100 responden diperoleh 40 responden berpenghasilan per – bulan adalah < Rp 1.500.000, 38 responden berpenghasilan per- bulan adalah Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000, dan 22 responden berpenghasilan per- bulan adalah > Rp 3.000.000. Dengan persentase 40% responden berpenghasilan per – bulan adalah < Rp 1.500.000, 38% responden berpenghasilan per- bulan adalah Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000, dan 22% responden berpenghasilan per- bulan adalah > Rp 3.000.000. Berdasarkan data Penelitian ini

penghasilan per- bulan < Rp 1.500.000, lebih banyak yang berkunjung di Kawasan Malioboro. Penghasilan responden dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 2. Penghasilan Responden Per-Bulan**

No	Penghasilan Per - Bulan	Jumlah	Persentase (%)
1	< Rp 1.500.000	40	40 %
2	Rp 1.500.000 – Rp 3.000.000	38	38 %
3	> Rp 3.000.000	22	22 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

### **Pengeluaran Wisatawan Domestik Secara Spasial**

Hasil dari penelitian di lapangan, Daya tarik wisata yang diinginkan wisatawan domestik ketika berkunjung ke Kawasan Malioboro lebih banyak memilih mengunjungi daya tarik wisata Titik 0 KM di Kawasan Malioboro dengan persentase sebesar 42 %, lalu diikuti Pasar Beringharjo persentase sebesar 27 %, Kawasan Pertokohan/Mall persentase sebesar 19 %, dan Benteng Vredeburg persentase sebesar 12 %. Daya Tarik Wisata yang Dikunjungi di Kawasan Malioboro dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

**Tabel 3. Daya Tarik Wisata Yang Dikunjungi Di Kawasan Malioboro**

No	Daya Tarik Wisata yang dikunjungi di Kawasan Malioboro:	Jumlah	Persentase (%)
1	Titik 0 KM	42	42 %
2	Pasar Beringharjo	27	27 %
3	Kawasan Pertokoan / Mall	19	19 %
4	Benteng Vredeburg	12	12 %
5	Lainnya	0	0 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Hasil dari penelitian di lapangan juga, dalam destinasi belanja untuk pertama kali ketika berkunjung ke Kawasan malioboro wisatawan domestik lebih banyak memilih ke pedagang kaki lima dengan persentase 27 % dengan alasan memiliki kelebihan harga relatif murah, lalu selanjutnya diikuti ke Pasar dengan persentase 21 %, Kuliner dengan persentase 20 %, Mall dengan persentase 17 % dan Pertokohan dengan persentase 15 %. Destinasi Belanja untuk pertama kali berkunjung ke Kawasan Malioboro bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 4. Destinasi Belanja Pertama Ke Kawasan Malioboro**

No	Destinasi Belanja Pertama Ke Kawasan Malioboro	Jumlah	Persentase (%)
1	Pedagang Kaki Lima	27	27 %
2	Pasar	21	21 %
3	Kuliner	20	20 %
4	Mall	17	17 %
5	Pertokoan	15	15 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Wisatawan domestik yang berkunjung ke Kawasan Malioboro banyak yang melakukan kegiatan konsumsi saat berbelanja di Kuliner Tradisional dengan persentase sebesar 62%, sedangkan Rumah makan/ Resto menjadi tempat favorite kegiatan konsumsi saat berbelanja berikutnya bagi wisatawan domestik dengan presentase sebesar 19%, lalu diikuti tempat warung 14 %, Hotel 3 % dan Lainnya 2 %.

Kegiatan konsumsi saat berbelanja bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 5. Tempat Kegiatan Konsumsi saat Berbelanja**

No	Tempat Kegiatan Konsumsi saat berbelanja	Jumlah	Persentase (%)
1	Kuliner Tradisional	62	62 %
2	Rumah Makan /Resto	19	19 %
3	Warung	14	14 %
4	Hotel	3	3 %
5	Lainnya	2	2 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Berdasarkan data pola pengeluaran wisatawan domestik di Kawasan Malioboro didapatkan hasil bahwa pola pengeluaran adalah menyebar (*dispersed*). Secara spasial mengenai pengeluaran wisatawan domestik berdasarkan destinasi wisata yang dipilih dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1. Pengeluaran Wisatawan Domestik Berdasarkan Destinasi Wisata Yang Dipilih**

Sumber: Peneliti, 2021

**Pengeluaran Atas Produk Wisata Yang Dibeli Saat Berwisata Di Kawasan Malioboro**

Berdasarkan hasil data di lapangan Oleh – Oleh makanan yang paling banyak dipilih wisatawan domestik dalam memilih pengeluaran atas produk wisata yang dibeli saat berwisata di Kawasan Malioboro dengan persentase 38 %, lalu diikuti souvenir kerajinan dengan persentase 29 %, souvenir pakaian dengan persentase 15, Makanan dan Minuman dengan persentase 14 %, dan transportasi dan tiket memiliki persentase sama 2 %. Pengeluaran atas produk wisata yang dibeli saat berwisata di Kawasan Malioboro bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 6 . Pengeluaran Atas Produk Wisata Yang Dibeli Saat Berwisata Di Kawasan Malioboro**

No	Pengeluaran atas Produk wisata yang dibeli saat berwisata di kawasan Malioboro	Jumlah	Persentase (%)
1	Oleh – Oleh Makanan	38	38 %
2	Souvenir Kerajinan	29	29 %
3	Souvenir Pakaian	15	15 %

4	Makan dan Minuman	14	14 %
5	Transportasi	2	2 %
6	Tiket Masuk	2	2 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Dalam oleh – oleh makanan yang dibeli saat berwisata di Kawasan Malioboro yang paling banyak dipilih oleh wisatawan domestik di dominasi Bakpia dengan persentase 74%, lalu diikuti coklat dengan persentase 10 %, Peyek dengan persentase 6 %, Keripik Belut dengan persentase 4 %, Yangko dengan persentase 3 %, Thiwul dengan persentase 2 %, dan Salak Pondok 1 %. Oleh – oleh makanan yang dipilih saat berwisata di Kawasan Malioboro bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Tabel 7. Oleh – Oleh Yang Dipilih**

No	oleh – oleh makan yang dipilih	Jumlah	Persentase (%)
1	Bakpia	74	74 %
2	Cokelat	10	10 %
3	Pyek	6	6 %
4	Kripik Belut	4	4 %
5	Yangko	3	3 %
6	Thiwul	2	2 %
7	Salak Pondok	1	1 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Dalam Oleh – Oleh Kerajinan Yang Dibeli Saat Berwisata Di Kawasan Malioboro, Kaos paling banyak dipilih dan didominasi oleh wisatawan domestik ketika belanja oleh – oleh kerajinan dengan persentase 31%, lalu diikuti Batik dengan persentase 22 %, Tas dan dompet dengan memiliki persentase 22%, Blangkon dengan persentase 4 % dan terakhir Surjan dengan persentase 1 %. Oleh – Oleh Kerajinan Yang Dibeli Saat Berwisata Di Kawasan Malioboro bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Table 8. Belanja Oleh – Oleh Kerajinan Yang Dipilih**

No	Belanja oleh – oleh kerajinan yang dipilih:	Jumlah	Persentase (%)
1	Kaos	31	31 %
2	Tas dan Dompet	22	22 %
3	Batik	22	22 %
4	Gantungan kunci	20	20 %
5	Blangkon	4	4 %
6	Surjan	1	1 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

Wisatawan domestik lebih banyak mengeluarkan jumlah uang selama berbelanja di Kawasan Malioboro, berkisar kurang dari Rp. 200.000 dengan persentase 50 %, lalu diikuti kisaran Rp 200.000-Rp 500.000 dengan persentase 37 %, kisaran Rp 500.000 - Rp 1000.000 dengan persentase 12 %, dan terakhir kisaran lebih dari Rp 1000.000 dengan persentase 1 %. Jumlah uang selama berbelanja di Kawasan Malioboro bisa dilihat pada tabel di bawah ini :

**Table 9. Jumlah Uang Yang Dikeluarkan Selama Berbelanja Di Kawasan Malioboro**

No	Jumlah uang yang dikeluarkan selama berbelanja	Jumlah	Persentase (%)
1	< 200.000	50	50 %
2	200.000 – 500.000	37	37 %
3	500.000 – 1.000.000	12	12 %
4	> 1.000.000	1	1 %
	Total	100	100 %

Sumber: Peneliti, 2021

**Unsur Yang Mempengaruhi Pembentukan Pola Pengeluaran Ke Kawasan Malioboro**

Wisatawan domestik yang berkunjung ke Kawasan Malioboro untuk melakukan kegiatan belanja memiliki berbagai macam unsur yang mempengaruhi pembentukan dalam pola pengeluaran berdasarkan data hasil lapangan antara lain

- a. Aksebelitas yang mudah, terlihat pada motivasi alasan memilih malioboro sebagai tempat belanja dengan persentase 27 %
- b. Harga Barang yang murah, berdasarkan data dilapangan melalui perhitungan *skala likert* memperoleh persentase 68,6 %. Mayoritas responden menyatakan harga – harga barang di Kawasan Malioboro Murah
- c. Kualitas produk belanja (souvenir, makan minum, pakaian, produk kerajinan dll) yang di Jual di Kawasan Malioboro yang baik, berdasarkan data dilapangan melalui perhitungan skala likert memperoleh persentase 77,6 % Baik. Mayoritas responden menyatakan Kualitas produk belanja (souvenir, makan minum, pakaian, produk kerajinan dll) yang di Jual di Kawasan Malioboro Baik
- d. Fasilitas yang mendukung dalam aktivitas belanja dan wisata yang ada di Kawasan Malioboro yang baik, berdasarkan data dilapangan melalui perhitungan skala likert memperoleh persentase 75,8 %. Mayoritas responden menyatakan Fasilitas yang mendukung aktivitas belanja dan wisata yang ada di Kawasan Malioboro Baik.

**Sintesis Pola Pengeluaran**

Berdasarkan hasil data Penelitian yang sudah dipapar kan mengenai Pengeluaran dan unsur yang mempengaruhi pembentukan pola pengeluaran wisatawan domestik di Kawasan Malioboro, sehingga menghasilkan Sintesis antara lain

- a. Pengeluaran wisatawan domestik secara spasial, Daya tarik wisata yang diinginkan wisatawan domestik ketika berkunjung ke Kawasan Malioboro lebih banyak memilih mengunjungi daya tarik wisata Titik 0 KM di Kawasan Malioboro dengan persentase sebesar 42 %, lalu pedagang Kaki Lima dipilih menjadi destinasi belanja pertama dengan persentase 27 % dan Kuliner Tradisional menjadi tempat kegiatan konsumsi saat berbelanja yang paling banyak dipilih dengan persentase sebesar 62%,
- b. Motivasi Mengunjungi Kawasan Malioboro didominasi oleh wisatawan domestik yang memilih untuk Rekreasi/ Hiburan dengan persentase 75 %, Lalu didukung alasan motivasi memilih Kawasan malioboro sebagai tempat belanja karena akses yang mudah dengan persentase 27 % dan terakhir motivasi menikmati suasana dan belanja dipilih paling banyak dalam hal motivasi berbelanja di Kawasan malioboro dengan persentase 58 %
- c. Frekuensi di dominasi oleh para wisatwan domestik yang *repeater* yang memiliki frekuensi lebih dari lima kali kunjungan ulang ke Kawasan Malioboro dengan persentase 44 % dan memiliki durasi yang paling banyak dipilih berkisar 2-3 jam dengan persentase 42 %
- d. Pengaturan cara kunjungan wisatawan domestik di Kawasan Malioboro lebih banyak memilih rekan selama berada di Kawasan Malioboro Bersama teman dengan persentase 48 %, lalu menghasilkan penggunaan kendaraan pribadi sebagai moda transportasi yang paling banyak dipilih dalam menuju ke Kawasan malioboro dengan persentase 64 %
- e. Akomodasi yang biasa digunakan wisatawan domestik yang paling banyak dipilih adalah menginap di rumah kerabat dengan persentase 53 %
- f. Pengeluaran atas produk wisata yang dibeli saat berwisata di Kawasan Malioboro menunjukkan pembelian terhadap oleh oleh makanan banyak yang pilih dengan persentase 38 %, lalu bakpia yang paling banyak dominan dibeli dalam kategori oleh – oleh makanan dengan persentase 74 %, sedangkan dibagian kategori oleh – oleh kerajinan yang paling dominan di beli yaitu kaos dengan persentase 31 %
- g. Transaksi dan Jumlah uang yang dikeluarkan selama berbelanja di Kawasan Malioboro, wisatawan domestik lebih banyak melakukan transaksi dengan menggunakan uang tunai karena dirasa lebih mudah dan nyaman dengan persentase 100%, lalu jumlah uang selama berbelanja di Kawasan Malioboro ter banyak yang dikeluarkan oleh wisatawan domestik. berkisar kurang dari Rp. 200.000 dengan persentase 50 %,
- h. Penggunaan sumber informasi tentang Kawasan Malioboro, penggunaan media sosial yang paling banyak digunakan wisatawan domestik dengan persentase 47 %
- i. Unsur yang mempengaruhi pembentukan pola pengeluaran Ke Kawasan Malioboro antara lain akseibilitas yang mudah dengan persentase 27 %, Harga barang yang murah dengan persentase 68,6 %, Kualitas produk belanja (souvenir, makan minum, pakaian, produk kerajinan dll) yang di Jual di Kawasan Malioboro yang baik dengan persentase 75,8 %, dan Fasilitas yang mendukung dalam aktivitas belanja dan wisata yang ada di Kawasan Malioboro yang baik dengan persentase 77,6 %.

- j. Kesan wisatawan domestik terhadap ketertarikan dalam mengunjungi lagi Kawasan Malioboro dan memilih menjadi destinasi belanja menunjukkan hasil yang positif dan sangat ingin kembali dengan persentase 83,2 %

## V. KESIMPULAN

### Simpulan

Berdasarkan hasil Penelitian ini tentang Kajian Pengeluaran Wisatawan Domestik Di Kawasan Malioboro dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Asal daerah wisatawan domestik yang mengunjungi ke Kawasan Malioboro sebagian besar dari Jawa Tengah dan Berdasarkan status pekerjaan dengan rentang penghasilan per-bulan terbanyak berkisar kurang dari Rp 1.500.000.
2. Jumlah uang yang dikeluarkan selama belanja berkisar < Rp. 200.000 dan memilih Kuliner Tradisional sebagai tempat kegiatan konsumsi selama berbelanja. Oleh – oleh makanan yang paling didominasi di beli wisatawan domestik yaitu produk makanan bakpia yang menjadi produk banyak yang di beli dan oleh – oleh kerajinan yang paling banyak di beli yakni kaos. Media Sosial menjadi didominasi wisatawan domestik dalam mencari sumber informasi tentang Malioboro.
3. Unsur yang mempengaruhi pembentukan pola pengeluaran ke Kawasan Malioboro anatara lain akseibilitas yang mudah, Harga barang yang murah, Kualitas produk belanja (souvenir, makan minum, pakaian, produk kerajinan dll) yang di Jual di Kawasan Malioboro yang baik dan Fasilitas yang mendukung dalam aktivitas belanja dan wisata yang ada di Kawasan Malioboro yang baik. Hasil unsur yang mempengaruhi pembentukan pola pengeluaran, menghasilkan nilai positif bisa mempengaruhi dalam hal tingkat keinginan wisatawan domestik untuk berkunjung ulang ke Kawasan Malioboro.

### Saran

Adapun saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk meningkatkan minat tingkat kunjungan dan pengeluaran wisatawan domestik di Kawasan malioboro.

1. Saran Terhadap Peningkatan Pengeluaran Wisatawan
  - a. Meningkatkan kualitas dan memperbanyak lagi destinasi dan daya tarik wisata sehingga dengan beralasan wisatawan lebih betah berlama
  - b. Meningkatkan kualitas dan variasi/ragam dan produk seperti oleh – oleh makanan dan kerajinan memiliki kualitas yang bagus dan bahan baku dari bahan alami/lokal, kemasan menarik, tidak mudah rusak dan praktis untuk dibawa.
  - c. Fasilitas dan Pelayanan penunjang aktivitas belanja lebih ditingkatkan lagi, sehingga wisatawan lebih nyaman lagi pada saat berbelanja produk wisata.
2. Saran Terhadap Meningkatkan Kegiatan Promosi Kepada Aktivitas Pengeluaran Wisatawan
  - a. Meningkatkan Kegiatan aktivitas belanja dengan melakukan Promosi di Kawasan Malioboro dengan mengutamakan menggunakan media sosial, dikarenakan wisatwan domestik lebih banyak mencari sumber informasi melalui media sosial.
  - b. Strategi memuat konten yang lebih menarik salah satunya travel vlogger dan travel blogger

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggito, Albi & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak.
- Arjana, I. G. B. (2016). *Geografi Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Dinas Pariwisata DIY. (2017). *Executive Summary Analisa Pembelanjaan Wisatawan*. 56.
- Dinas Pariwisata Yogyakarta. (2019). *Laporan Akhir Analisa Belanja Wisatawan*. 1689–1699.
- Disegna, M., & Osti, L. (2016). Tourists' expenditure behaviour: The influence of satisfaction and the dependence of spending categories. *Tourism Economics*, 22(1), 5–30. <https://doi.org/10.5367/te.2014.0410>
- Jayadi, E. K., Mahadewi, N. P. E., & Mananda, S. (2017). Karakteristik Dan Motivasi Wisatawan Berkunjung Ke Pantai Green Bowl , Ungasan , Kuta Selatan , Bali. *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(2), 69–77.
- Morissan. (2007). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Ramdina Prakarsa.
- Ni, R., Sri, M., & Dewi, P. (2021). Persepsi Wisatawan Terhadap Pedagang Asongan Di Daya Tarik Wisata Pantai Kuta [ *Tourist Perception of The Hawkers in Kuta Beach Tourism Object* ]. 22–32.
- Noor, J. (2015). *Metodologi penelitian : Skripsi , Tesis , Disertai dan Karya ilmiah*. PRENADAMEDIA GROUP.
- RIPPARDA. (2019). *Perda DIY No.1 Tahun 2019 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata D.I Yogyakarta Tahun 2012-2025*.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. ALFABETA.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Togatorop, Sahat Marulitua dan Setiawina, N. D. (2017). *Pengaruh Utang Luar Negeri, Net Ekspor, Dan Belanja Wisatawan Mancanegara Terhadap Cadangan Devisa Di Negara Indonesia Tahun 1994-2013*. 1000(9), 1–52.