

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Landasan Teori

Penyusunan landasan teori dapat digunakan untuk menjelaskan tentang objek yang akan diteliti dan sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan. Peneliti akan menguraikan secara sistematis pendefinisian, uraian yang lengkap dan mendalam dari berbagai sumber bacaan. Landasan teori dalam penelitian ini juga mencantumkan beberapa teori yang menjadi sebuah pondasi serta landasan dalam penelitian sehingga penelitian yang dilakukan memiliki dasar yang kokoh.

2.1.1. Ekonomi Pembangunan

Ekonomi pembangunan dapat diartikan sebagai suatu cabang ilmu ekonomi yang berfokus pada aktivitas negara dalam meningkatkan perekonomian serta kesejahteraan masyarakatnya. Dalam ilmu ini membahas juga permasalahan pembangunan di negara berkembang serta mencoba memberi solusi dan upaya kebijakan yang dirasa relevan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi untuk mewujudkan pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi ini tidak hanya mencakup pada proses menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga hal lainnya seperti perubahan penggunaan sumber daya produktif untuk kegiatan ekonomi,

distribusi kekayaan di antara pelaku ekonomi dan penduduk serta perubahan dalam tata kelembagaan yang ada di masyarakat secara luas.

Menurut (Amalia, *et al.*,2022) ekonomi pembangunan merupakan salah satu cabang ilmu ekonomi yang mempelajari mengenai pembangunan ekonomi di negara-negara berkembang, usaha-usaha serta hambatan yang dihadapi, dan kebijakan-kebijakan yang diambil dari keseluruhan yang bertujuan untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dalam rangka mengejar ketertinggalan dari negara-negara maju. Teori-teori dalam ekonomi pembangunan yang pernah ada dan mempengaruhi pemikiran-pemikiran dalam pengambilan kebijakan dan penyusunan strategi pembangunan khususnya di negara berkembang adalah teori pertumbuhan dan teori pembangunan.

a. Teori Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi adalah sebuah bentuk perbaikan terhadap kesejahteraan material secara terus-menerus dalam jangka panjang yang dapat dilihat dari lancarnya distribusi barang dan jasa. Atau dengan kata lain, pertumbuhan ekonomi adalah suatu proses kenaikan output perkapita dalam jangka panjang (Priyono *et. al.*, 2023). Sedangkan menurut Fatimatuszahro (2022), pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan kapasitas dalam jangka panjang dari negara yang bersangkutan dalam menyediakan berbagai barang ekonomi kepada penduduknya. hal ini berkaitan dengan adanya aspek dinamis dari suatu perekonomian, yaitu melihat perekonomian sebagai sesuatu yang berkembang dan dapat berubah dari waktu ke waktu.

Pada umumnya, suatu wilayah yang memiliki potensi kekayaan sumber daya alam memiliki tingkat perkembangan ekonomi yang lebih maju. Tingkat permintaan komoditas yang lebih tinggi menghasilkan pendapatan yang akan disalurkan menjadi investasi. Selanjutnya, investasi tersebut dapat digunakan sebagai modal untuk meningkatkan produksi. Demikianlah proses pertumbuhan ekonomi berkesinambungan.

b. Teori Pembangunan Ekonomi

Lincoln Arsyad mendefinisikan pembangunan ekonomi adalah suatu keadaan meningkatnya kemampuan suatu negara dalam menyediakan berbagai barang yang dibutuhkan penduduknya dalam jangka panjang. Adapun indikator untuk mengukur tingkat kemajuan pembangunan ekonomi di suatu negara adalah fiskal, ekonomi, sosial dan politik (Febriansyah & Prapanca, 2019).

Menurut Michael P. Todaro dalam bukunya "*Economics For Development World; An Introduction to Principles Problem and Policies For Development*" yakni, *multidimensional* process yang melibatkan di dalamnya sebuah transformasi sosial ekonomi. Pembangunan ekonomi dapat memberi kesempatan dan kebebasan bagi masyarakat untuk memilih kesenangan yang lebih. Semakin banyak pilihan barang pemuas kebutuhan dan kesempatan bagi seseorang dalam memilih kesenangan mereka. Dengan demikian adanya pembangunan ekonomi memperkecil *gap* antara negara berkembang dan negara maju. (Amalia *et. al*, 2022).

2.1.2. Ekonomi Pariwisata

Ekonomi pariwisata merupakan aktivitas yang berhubungan dengan fenomena pariwisata untuk memaksimalkan sumber daya berupa modal, manusia dan alam dengan harapan mendapatkan *output* pariwisata berupa barang dan jasa yang maksimal (Pramono, Kusumastuti & Choerudin, 2019). Keunikan, keaslian, dan berbagai aspek yang menarik di suatu wilayah atau tempat dapat memiliki potensi untuk menghasilkan produk dan jasa yang memberikan kontribusi bagi perekonomian di daerah atau wilayah wisata. Oleh karena itu, pengelolaan sumber daya alam, modal dan manusia dapat diperhitungkan secara ekonomis untuk menghasilkan permintaan dan penawaran dan efek berganda (*multiplier effect*) yang menguntungkan.

Peranan pariwisata dalam perekonomian Indonesia adalah pariwisata dijadikan sebagai lokomotif baru pertumbuhan ekonomi menjadi salah satu kebijakan strategis yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia. Hal ini menjadi strategi yang tepat merujuk pada hasil studi Bank Dunia yang menegaskan peran penting sektor pariwisata dalam pembangunan berkelanjutan, mendorong pertumbuhan GDP, meningkatkan intensitas perdagangan internasional, menaikkan investasi global, dan mengangkat negara-negara berpendapatan rendah (Cahyono, 2019).

2.1.2.1. Pariwisata dan Wisatawan

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah

(Pramono, Kusumastuti dan Choerudin, 2019). Keberadaan pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang menggunakan sumber daya baik itu sumber daya alam, sumber daya manusia ataupun sumber daya modal yang dikelola untuk memberikan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya sehingga memberikan daya tarik dalam memenuhi keinginan wisatawan.

Kepariwisataan dibedakan antara pariwisata dengan jenis pariwisata, membedakan keduanya dilakukan untuk menentukan apa saja yang bisa dan perlu untuk mendukung bidang pariwisata, sehingga jenis dan macam pariwisata dapat diwujudkan dan dikembangkan seperti diharapkan dari kepariwisataan itu. menurut I ketut Suwena, Jenis-jenis pariwisata berdasarkan alasan atau tujuan, wisata dibedakan atas; diantaranya adalah sebagai berikut: a) Wisata Bisnis (*Business Tourism*), b) Pariwisata Pakansi (*Vocational Tourism*), c) Pariwisata kejuruan (*Vocational Tourism*), d) Pariwisata Pendidikan (*Educational Tourism*).

2.1.2.2. Karakteristik Wisatawan

Wisatawan memiliki sifat yang membedakan dengan individu lain atau sifat unik sehingga dapat dilihat dari berbagai macam pendekatan. Karakteristik wisatawan dapat dibedakan menjadi 3, yaitu karakteristik berdasarkan demografis, geografis dan psikografi. Adapun dari segi demografis, wisatawan dibedakan berdasarkan usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, besaran pendapatan, dan siklus keluarga. Sedangkan berdasarkan dari segi geografis, wisatawan dibedakan berdasarkan tempat tinggal atau asalnya. Sedangkan dari segi psikografi wisatawan

dapat dibedakan berdasarkan kepribadian individu, gaya hidup dan kelas sosial (Latifah & Hudiono, 2020).

Karakteristik berdasarkan aspek demografi dapat diuraikan sebagai

- 1) Jenis kelamin
- 2) Usia
- 3) Latar belakang pendidikan
- 4) Pendapatan
- 5) siklus keluarga

Indikator karakteristik wisatawan selanjutnya yaitu indikator karakteristik wisatawan berdasarkan geografisnya. Daerah asal wisatawan merupakan aspek penting dalam memahami karakteristik wisatawan karena hal tersebut erat kaitannya dengan kebudayaan, nilai, sikap, kepercayaan dan sistem. Wisatawan dipengaruhi oleh jarak ruang, arus pergerakan, peluang perjalanan, populasi dan musim. Karakteristik geografis membedakan wisatawan berdasarkan wilayah tempat tinggalnya, wisatawan dibedakan berdasarkan desa-kota, provinsi maupun negara asalnya. Pembagian ini lebih lanjut dapat dibedakan berdasarkan ukuran kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan), dan dapat diukur berdasarkan kepadatan penduduk di kota tersebut dan lain-lain. Sedangkan indikator karakteristik wisatawan berdasarkan psikografis, dikelompokkan berdasarkan uraian berikut :

- 1) *Life style* atau gaya hidup
- 2) Kepribadian Individu
- 3) Minat

2.1.2.3. Pola Perjalanan Wisatawan

Travel pattern atau pola perjalanan wisata adalah suatu pola perjalanan yang disusun melalui identifikasi, pemetaan potensi, keanekaragaman daya tarik wisata, serta fasilitas pendukung, aksesibilitas, dan lama tinggal serta jarak menuju suatu daya tarik wisata (Masrurun & Nastiti, 2021). Industri pariwisata memiliki konsep sistem perjalanan wisata yang melibatkan dua hal yaitu *tourist generating region* (wilayah penghasil wisatawan) dan *tourist destination region* (destinasi wisatawan). Hubungan antara kedua daerah ini menggambarkan pola perjalanan wisatawan terjadi dalam ruang dan waktu serta ragamnya. Pola kunjungan wisata juga dapat dipetakan dengan beberapa hal, antara lain:

1. Cara melakukan : secara rombongan (*group inclusive tour* atau GIT) atau secara individual atau secara kelompok kecil mandiri (*free individual tour* atau FIT);
2. Jarak perjalanan : Jarak dekat (*short-haul*) tidak lebih dari tiga jam, jarak menengah (*medium-haul*) antara tiga hingga enam jam, dan jarak jauh (*long-haul*) lebih dari enam jam;
3. Waktu berwisata (bulan, hari, dan jam)
4. Moda transportasi : transportasi darat, laut, kombinasi darat dan laut, serta udara.

Penyusunan pola perjalanan akan memberikan hasil struktur, kerangka dan alur perjalanan wisata yang berpindah dari suatu titik destinasi wisata ke titik destinasi wisata lainnya yang saling terkait, berisi informasi tentang aktivitas, fasilitas dan pelayanan yang memberikan berbagai macam pilihan perjalanan yang

bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi daerah, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya sehingga dapat melengkapi data kepariwisataan daerah yang setelahnya dapat dikelola secara maksimal (Trisnawati, 2023).

2.1.2.4. Belanja Wisatawan

Pengeluaran wisatawan dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis pengeluaran, berdasarkan penelitian Djulius dan Nugroho (2019), jenis-jenis pengeluaran wisatawan terbagi atas akomodasi yang digunakan dalam perjalanan menuju destinasi wisata dan akomodasi yang digunakan selama di destinasi wisata. Klasifikasi akomodasi tersebut adalah sewa penginapan, makan dan minum, transportasi dalam kota, tiket masuk ke objek destinasi wisata atau atraksi wisata, *cinderamata*, dan oleh-oleh. Adapun faktor yang mempengaruhi tingkat pengeluaran tersebut adalah akomodasi yang digunakan, jarak antara daerah asal wisatawan dengan tempat wisata, anggota keluarga, penghasilan dan lama menginap (*length of stay*). Setiap wisatawan memiliki tujuan dan kebutuhan yang berbeda-beda saat mengunjungi daerah wisata dan pengeluaran yang berbeda. Perbedaan kebutuhan, keinginan dan harapan tersebut menjadi tolok ukur klasifikasi pengeluaran terbagi menjadi berbagai jenis. Jenis pengeluaran wisatawan umumnya terbagi menjadi pengeluaran untuk transportasi, penginapan, pengeluaran *Food and beverage* (makanan dan minuman), belanja oleh-oleh atau *cinderamata*, atraksi wisata, dan keperluan lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengeluaran muncul dengan seiring adanya kebutuhan dan keinginan selama wisatawan berwisata.

Peningkatan belanja wisatawan juga menjadi tujuan pemerintah Kota Bandung dalam upayanya mengembangkan program wisata kreatif, edukatif, dan berwawasan lingkungan. Hal ini dilakukan sebagaimana indikasi program yang disusun pada Peraturan daerah No. 1 Tahun 2013 yaitu dalam usaha meningkatkan belanja wisatawan, dilakukan dengan :

1. Penyusunan pedoman pengembangan program-program wisata kreatif dan edukatif berwawasan lingkungan bagi pengelola daya tarik wisata
2. Pembinaan dan pendampingan perencanaan dan pengelolaan program wisata kreatif, edukatif, dan berwawasan lingkungan
3. Penyediaan fasilitas dan material pendukung program-program wisata kreatif, edukatif, dan berwawasan lingkungan.

2.1.2.5. Permintaan dan Penawaran Pariwisata

Menurut ilmu ekonomi, permintaan merupakan sejumlah barang dan jasa yang ingin dibeli oleh pelanggan dan mampu membayar pada waktu tertentu. Gunn dan Var menguraikan dua unsur penting dalam permintaan pariwisata yaitu wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumber daya (produk dan jasa) wisata. Ketersediaan waktu dan uang pada kelompok tersebut adalah faktor utama. Dengan waktu dan sumber daya yang dimiliki, mereka adalah konsumen utama yang mengkonsumsi produk dan layanan wisata yang disediakan di negara atau daerah tujuan wisata. Faktor lain yang berperan pada permintaan pariwisata adalah aksesibilitas menuju objek wisata, sehingga perlu ada media yang menghubungkan wisatawan dengan objek wisata tersebut yaitu berupa infrastruktur transportasi.

Selain itu, perjalanan dipengaruhi oleh peningkatan pendapatan dan pendidikan masyarakat, pengurangan jam kerja, iklim dan lingkungan hidup serta kebijakan penetapan hari libur. Dari uraian faktor yang mempengaruhi permintaan, terdapat pertimbangan penting yang dilakukan seseorang sebelum mengambil keputusan untuk melakukan perjalanan, yaitu biaya, bentuk perjalanan, waktu, lama berwisata, daerah tujuan wisata, akomodasi yang digunakan, moda transportasi dan lainnya.

Keanekaragaman kekayaan dimanfaatkan sebagai potensi keunikan dan daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi daerah tersebut. Daerah yang memiliki sejumlah daya tarik wisata yang menarik akan mampu menawarkan berbagai kegiatan yang unik dan menyediakan sesuatu yang dapat dibeli. Pada umumnya daya tarik suatu objek wisata didasarkan pada:

1. Adanya sumber daya yang dapat memberikan kesenangan, keindahan, kenyamanan
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
3. Adanya prasarana yang menunjang wisatawan dalam mendapatkan pelayanan
4. Memiliki daya tarik wisata yang tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk keindahan alam, atraksi, upacara adat, nilai leluhur, kesenian dan sumber pengetahuan.

Penawaran pariwisata merupakan produk yang diberikan kepada wisatawan untuk dapat dinikmati. Beberapa aspek produk wisata digolongkan kedalam empat kategori yakni : a) sumber daya alam (udara, iklim, pegunungan, lembah, flora dan fauna, mata air, pantai, bentang alam); b) infrastruktur (sistem instalasi air bersih,

sistem pembuangan air limbah, jalur gas, dan telekomunikasi) termasuk fasilitas lain yang mencakup jalan raya, pelabuhan udara, kereta api, tempat parkir, hotel, restoran, pusat perbelanjaan, museum, tempat hiburan, pertokoan; c) transportasi (pesawat terbang, kapal laut, kereta api, bis); d) sumber daya kebudayaan dan keramahan penduduk. Selain itu penawaran wisata yang lain adalah yakni atraksi, aksesibilitas, amenities dan pelayanan tambahan (Ashoer., *et al.*, 2021).

2.1.2.6. Problematika Pariwisata

Problematika diartikan dari bahasa inggris '*problematic*' yang artinya persoalan atau masalah. Adapun masalah adalah kendala atau persoalan yang harus diselesaikan agar tercapai hasil yang maksimal. Problematika dapat menjadi tolok ukur untuk menentukan upaya untuk meminimalisir dan juga menyelesaikan permasalahan yang menjadi penghambat suatu aktivitas. Dengan kata lain problematika adalah suatu masalah yang terjadi dan menuntut untuk dilakukan perubahan dan perbaikan, namun kondisi belum dapat dipecahkan.

Dalam kasus pariwisata terdapat banyak wilayah yang memiliki potensi yang cukup representatif untuk dijadikan sebagai komoditas utama pariwisata daerah namun pada kenyataannya terdapat beberapa hal yang tidak berjalan sesuai dengan harapan pembangunan yang ada. Terdapat banyak problematika yang menyebabkan hal ini terjadi diantaranya adalah fokus pembangunan daerah yang tidak menempatkan potensi pariwisata sebagai prioritas dalam renstra pembangunan daerah, alokasi dana untuk pengembangan potensi wisata, dan lain sebagainya. Hal

ini juga menjadi pokok problematika utama keterkaitannya dengan wisata edukasi dan budaya (Octora, 2023).

2.1.2.7. Strategi Pembangunan Pariwisata

Pariwisata merupakan bagian penting dari pembangunan ekonomi. Pembangunan ekonomi ini tidak menciptakan lapangan kerja melainkan berfungsi dalam menciptakan kondisi agar pelaksanaan pariwisata ini dapat berjalan lancar. Rencana strategis pariwisata menjadi serangkaian prinsip yang dijalankan oleh *stakeholder* untuk mengatur keberlanjutan sektor pariwisata. Dalam menjalankan sektor pariwisata maka diperlukan strategi agar hasil pariwisata tersebut dapat maksimal (Ashoer, *et al.*, 2021)

Pada dasarnya strategi merupakan sekumpulan pilihan kritis untuk merencanakan dan menerapkan serangkaian rencana tindakan dan alokasi sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan dasar dan sasaran, dengan memperhatikan keunggulan komparatif, kompetitif dan sinergis yang ideal berkelanjutan sebagai arah, cakupan dan perspektif jangka panjang keseluruhan yang ideal dari individu atau organisasi (Anhar & Usman, 2021). Strategi pariwisata digunakan untuk mencapai tujuan keberhasilan dan sebagai penentu arah yang ditempuh oleh organisasi atau *stakeholder* yang bersangkutan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

2.1.3. Teori Pola Konsumsi

Menurut Wibowo dan Supriadi, Konsumsi adalah bagian dari pendapatan seseorang yang dipergunakan untuk membeli kebutuhan akan barang dan jasa. Pola konsumsi adalah struktur atau susunan kebutuhan manusia terhadap barang dan jasa yang dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan. Sedangkan menurut Masri Sirangimbun, pola konsumsi adalah kebutuhan individu baik itu berupa barang ataupun jasa yang dialokasikan untuk kepentingan pribadi juga keluarga yang didasarkan pada tata hubungan dan tanggung jawab yang dimiliki dan bersifat kebutuhan primer dan sekunder.

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pola konsumsi adalah sebuah struktur yang dilakukan manusia terhadap pendapatannya dalam memenuhi kebutuhan akan barang maupun jasa.

Dalam upaya mengetahui pola konsumsi seseorang, indikator digunakan untuk mengukur pola konsumsinya. Adapun indikator pola konsumsi menurut Mufidah (2019), dibedakan menjadi tiga sesuai dengan tiga tingkatan kebutuhan manusia yaitu :

1. Primer

Kebutuhan primer adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi, dampak tidak terpenuhinya kebutuhan primer adalah manusia akan kesulitan dalam kehidupannya.

2. Sekunder

Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan pelengkap atau pendukung kebutuhan primer. Jika kebutuhan primer terpenuhi maka seseorang baru akan melengkapi dengan kebutuhan sekunder.

3. Tersier

Kebutuhan tersier adalah kebutuhan mewah, orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini dapat terangkat derajat dan martabatnya. Umumnya, kebutuhan tersier dipenuhi oleh masyarakat yang memiliki keadaan

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau kajian terdahulu pada penelitian ini dicantumkan dengan tujuan menjelaskan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya. Selain itu penelitian terdahulu juga digunakan sebagai perbandingan dan sebagai sudut pandang yang akan diteliti. Dengan demikian, dapat menjadi klaim bahwa penelitian yang peneliti lakukan dilakukan secara orisinal. Dalam penelitian ini, dipaparkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan topik serta permasalahan yang akan diteliti yaitu kaitannya dengan topik pemetaan karakteristik dan belanja wisatawan. Adapun penelitian terdahulu yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1.	Paten Safira, Andri Wibowo dan Arina Lutfiani L. Karakteristik Pengunjung Objek Wisata Piugus Resort Desa Belibak di Kepulauan Anambas Riau. (2023)	Karakteristik wisatawan berdasarkan demografi ditentukan berdasarkan umur, pekerjaan dan pendidikan. lama waktu perjalanan terbagi menjadi dua yaitu saat menuju destinasi wisata dan saat berada di destinasi wisata. dengan jarak tempuh sekitar 15 menit dengan menggunakan transportasi speedboat. Waktu berada di wisata membutuhkan waktu tujuh hari, dua minggu bahkan satu bulan. Dengan jumlah lama menginap paling mendominasi adalah kurang dari 7 hari. Berdasarkan karakteristik geografis, wisatawan yang berkunjung sebagian besar merupakan wisatawan mancanegara, sedangkan wisatawan domestik berasal dari Tarempa, desa Ladan, desa Belibak. Berdasarkan karakteristik psikografis, peneliti menentukan berdasarkan tujuan wisata yaitu wisatawan bertujuan untuk istirahat dan sekadar berlibur. Jenis perjalanannya adalah melakukan perjalanan secara rombongan atau bersama keluarga.	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan indikator demografis, geografis dan psikografi dalam pemetaan dan menganalisis karakteristik wisatawan - Karakteristik dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif - Pada indikator demografis, menggunakan klasifikasi berdasarkan usia, pekerjaan, dan pendidikan 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan indikator jenis kelamin dalam penentuan karakteristik wisatawan berdasarkan aspek demografis - Karakteristik tidak melibatkan karakteristik berdasarkan pola perjalanan karena pemetaan pola perjalanan merupakan pembahasan yang berbeda/
2.	Amalia Febryane A. M., Jussac Maulana M., Adinda Ariska P. Analisis Permintaan Wisata Bahari untuk Pengelolaan	Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek demografis diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, asal, pendidikan, pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran berwisata. dengan karakteristik pengunjung didominasi	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik spesifik dianalisis berdasarkan aspek demografis, geografis dan psikografi. - Menggunakan indikator minat 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif - Pengeluaran berwisata dijelaskan lebih rinci berdasarkan

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Bahari di Pantai Kukup, Gunung Kidul, Yogyakarta. (2023)	oleh perempuan, berusia 18-30 tahun, berasal dari luar Yogyakarta, jenjang pendidikan perguruan tinggi, pelajar, pendapatan lebih dari Rp 2 Juta, dan pengeluaran berwisata Rp 100.001-Rp 500.000 Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografis diklasifikasi berdasarkan asal negara, provinsi dan kota. Yaitu paling banyak berasal dari luar Yogyakarta yang terdiri dari Jawa Tengah, Subang, Karawang, Indramayu dan Tanjung Pinang. Sementara wisatawan luar negeri berasal dari thailand. Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek psikografis diklasifikasikan berdasarkan tujuan dan minat kegiatan wisata. tujuan wisata pada wisatawan adalah melakukan diving, dengan mencari referensi lokasi wisata dengan lingkungan terumbu karang yang lebih baik dan indah.	wisatawan untuk menentukan karakteristik berdasarkan aspek psikografis - Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografis diklasifikasikan berdasarkan negara, provinsi dan kota.	akomodasi yang digunakan.
3.	Aditano tani Retawimbi, Jussac Maulana M. Amalia Febryane Adhane Mazaya., Pengukuran Potensi Nilai Sumberdaya Karakteristik Wisatawan Bahari di Pulau Cemara Kecil, Taman Nasional,	Pembagian karakteristik sosio-demografis terdiri dari umur, tingkat pendidikan, pendapatan, waktu perjalanan dan jarak rumah. Dengan lebih banyak wisatawan perempuan, berusia 21-30 tahun, pendidikan S1, pendapatan Rp. 3 Juta-Rp 4 Juta, Karakteristik geografis terdiri dari waktu perjalanan wisata dan jarak daerah asal ke destinasi wisata. dengan wisatawan melakukan waktu	- Karakteristik spesifik dianalisis berdasarkan aspek demografis, geografis dan psikografi. - Karakteristik wisatawan berdasarkan aspek geografis diklasifikasikan berdasarkan negara,	- Karakteristik demografis menganalisis juga terkait jenis kelamin wisatawan - Menggunakan minat dan tujuan wisata untuk menentukan karakteristik psikografis

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Karimun Jawa. (2022)	perjalanan 12-24 jam dan jarak rumah 200-500 km dari destinasi wisata. wisatawan tersebut berasal dari Yogyakarta, Jakarta dan Balikpapan. Karakteristik psikografis ditentukan berdasarkan jumlah kunjungan wisata yaitu adanya jumlah kunjungan yang lebih dari satu kali.	provinsi dan kota.	
4.	Horas Djulius & Bilal Fajar Nugraha, Pengeluaran Wisatawan Asal Malaysia Di Bandung. (2019)	Karakteristik wisatawan yang berkunjung merupakan wisatawan dengan kelompok usia 30-40 tahunan, dengan tingkat pendidikan <i>undergraduate</i> , karyawan swasta, berasal dari kalangan dengan pendapatan menengah, berwisata selama 3 hari 2 malam. Dengan pengeluaran yang dikeluarkan sebesar Rp 4 juta-Rp 5 Juta per orang selama wisatawan tersebut berada di Bandung. Pengeluaran utama wisatawan dikelompokkan ke dalam pengeluaran hotel, <i>food and beverage</i> , transportasi dan belanja	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan Metode Kualitatif - Menganalisis terkait karakteristik dan pengeluaran wisatawan 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan klasifikasi spesifik terkait indikator yang digunakan untuk menentukan karakteristik wisatawan (demografis, geografis dan psikografis) - Menggunakan pola perjalanan wisata
5.	LGLK. Dewi. Pola Perjalanan dan Pengeluaran Wisatawan Milenial ke Bali. (2020)	Karakteristik wisatawan pada penelitian ini didominasi oleh wisatawan dengan rentang usia 21-30 Tahun, pengunjung merupakan pengunjung domestik, wisatawan dengan jenis kelamin pria, berstatus belum kawin, tingkat pendidikan SMA, pelajar dan mahasiswa, pendapatan Rp 1 juta-3 juta, anggota keluarga yang diajak berlibur sebanyak 2-3 orang anggota keluarga. Pola perjalanan wisatawan didominasi oleh wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> - Karakteristik demografis yang di analisis adalah usia, asal, jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pendapatan - Analisis pola perjalanan terdiri dari cara melakukan perjalanan wisata, 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian lebih spesifik dalam klasifikasi karakteristik wisatawan. Yaitu klasifikasi berdasarkan karakteristik demografis, geografis dan psikografis

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p><i>repeater</i> (berkunjung lebih dari 3 kali), dengan lama tinggal lebih dari 4 hari, transportasi yang digunakan untuk mencapai Bali menggunakan pesawat terbang, akomodasi terbesar adalah hotel dan terendah adalah resort, lokasi akomodasi didominasi wilayah Kuta, Tabanan, Denpasar, Ubud (Gianyar) dan Karangasem. Wisatawan memilih mengatur perjalanan sendiri tanpa bantuan travel. Saat melakukan perjalanan lebih memilih moda transportasi mobil sewaan yang disetir sendiri. Pengeluaran wisatawan dalam berwisata perhari kisaran kurang dari Rp 1 Juta, yang didominasi oleh pengeluaran akomodasi, <i>cinderamata</i>, atraksi, kendaraan sewa serta makanan dan minum.</p>	<p>transportasi yang digunakan, lama berwisata dan tempat-tempat yang dikunjungi</p>	
6.	<p>Yunisti Pratiwi dan Syahrul, Kajian Pengeluaran Wisatawan Domestik Dalam Upaya Meningkatkan Tingkat Kunjungan di Kota Yogyakarta. (2023)</p>	<p>Pengeluaran wisatawan domestik pada destinasi belanja yaitu melakukan pembelian di pedagang kaki lima, pasar, kuliner, mall, pertokoan, hasil penelitian ini wisatawan lebih banyak memilih melakukan aktivitas belanja ke pedagang lima dengan alasan memiliki kelebihan harga relatif murah. Untuk destinasi kegiatan konsumsi saat berbelanja, wisatawan domestik lebih banyak melakukan konsumsi saat berbelanja di kuliner tradisional. Pengeluaran atas produk yang dibeli adalah oleh-oleh makanan, <i>cinderamata</i> kerajinan,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Jenis pengeluaran yang diteliti : belanja oleh-oleh, transportasi, makan dan minum, tiket masuk. - Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif 	<ul style="list-style-type: none"> - Menambahkan jenis pengeluaran penginapan dan lama menginap (<i>length of stay</i>) dalam menentukan pengeluaran wisatawan - Tidak mencantumkan motivasi ataupun alasan dalam pemilihan jenis pengeluaran berdasarkan harga

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p><i>cinderamata</i> pakaian, makan dan minuman, transportasi dan tiket masuk, pengeluaran terbesar yaitu untuk belanja oleh-oleh makanan. Jumlah uang yang selama berbelanja di Kawasan Malioboro terbanyak dikeluarkan oleh wisatawan domestik berkisar kurang dari Rp. 200.000.</p>		
7.	<p>Sayid Ali Hosseini, Mehdi Karoubi, Mohammad Akhlaghi dan Fatemeh Salarvandian, Determinants of Iranian Households' Expenditure on Domestic Trips. Iranian Economic Review. (2023)</p>	<p>Karakteristik wisatawan ditentukan berdasarkan jenis kelamin, pekerjaan, asal, pendidikan, usia, jumlah anggota keluarga. Dengan wisatawan didominasi oleh laki-laki, kepala rumah tangga (<i>householder</i>), persia, bekerja di sektor swasta, S1, usia 35 tahun, tidak mempunyai anak yang menjadi tanggungan mereka.</p> <p>Dalam melakukan perjalanan wisatawan lebih banyak menggunakan kendaraan pribadi. Jenis pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan adalah akomodasi, transportasi, rekreasi, hiburan dan jalan jalan, belanja oleh-oleh dan makan dan minum.</p> <p>Rata-rata jumlah anggota yang turut serta dalam perjalanan adalah 3,7 orang, dan rata-rata lama menginap selama empat malam. Dengan total pengeluaran wisata keluarga mulai dari 100.000-300.000 Toman dengan rata-rata 2.617.834 Toman (174 USD). Sehingga jumlah rata-rata pengeluaran per orang</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Penentuan jumlah dan jenis pengeluaran didasarkan pada karakteristik wisatawan dengan indikator demografis, geografis dan Psikografis. - Jenis pengeluaran adalah untuk akomodasi, makan dan minum, transportasi, tiket dan belanja oleh-oleh 	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak menggunakan jumlah tanggungan anak sebagai faktor analisis untuk pengeluaran wisatawan - Metode penelitian kualitatif sedangkan penelitian terdahulu adalah kuantitatif menggunakan analisis regresi

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		adalah sebesar 176.880 Toman (sekitar 11,8 USD) per orang/per malam.		
8.	Cening Suprani Gama, I Putu Sudana dan Luh Gede L.K.D, Karakteristik dan Pola Perjalanan Wisatawan <i>Backpacker</i> yang menginap di Canggu, Badung. (2019)	<p>Karakteristik wisatawan <i>backpacker</i> yang menginap di Canggu didominasi oleh pria, belum menikah, memiliki tingkat pendidikan Sarjana (S1), bekerja sebagai karyawan, berusia antara 15-24 tahun dan berasal dari negara-negara benua eropa. Lama menginap di Bali rata-rata 21 hari dengan aktivitas yang paling sering dilakukan adalah <i>sightseeing</i>, <i>surfing</i>, dan <i>shopping</i>. Cara melakukan perjalanan wisata, didominasi oleh wisatawan yang melakukan perjalanan sendiri dan mengorganisasikan perjalanannya sendiri. dan melakukan perjalanan wisata pada waktu cuti bekerja. Adapun pengeluaran selama di Canggu yakni untuk makan dan minum sebesar Rp 262.000 per hari, untuk akomodasi sebesar Rp 140.000 per malam dan transportasi sebesar Rp 66.000 per hari. Didominasi oleh wisatawan <i>first timer</i> datang ke canggu dan begitu juga dengan kunjungan ke Bali. Mereka memilih <i>local restaurant</i> dan mendapatkan sumber informasi dengan bertanya ke masyarakat sekitar.</p> <p>Pola perjalanan yang dilakukan adalah perjalanan intra-destinasi, yaitu melakukan perjalanan di Bali,</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menganalisis terkait cara melakukan perjalanan wisata, moda transportasi yang digunakan, waktu berwisata dan tempat-tempat wisata yang dikunjungi - Menggunakan karakteristik dan pengeluaran wisatawan sebagai acuan dalam menganalisis pola perjalanan 	<ul style="list-style-type: none"> - Penelitian terdahulu menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif - Menggunakan jarak dalam menganalisa pola perjalanan - Fokus terhadap wisatawan domestik sehingga pola perjalanan inter-regional tidak cantumkan

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p>didapatkan bahwa daerah tujuan wisata di Bali yang paling banyak dikunjungi adalah Ubud dengan rata-rata lama menginap 6 hari. Pola perjalanan untuk <i>backpacker first time</i> lebih banyak mengunjungi daerah tujuan wisata yang ada di Bali dengan waktu yang relatif singkat. Sedangkan <i>backpacker</i> yang berkunjung ke Gili memiliki rata-rata menginap 5 hari, dan melakukan perjalanan yaitu Gili <i>island</i>-Bali, dan Bali sebagai destinasi pertama yang dikunjungi. Pola intra-regional yang dilakukan di negara-negara Asia Tenggara melakukan pola perjalanan Thailand-Cambodia-Vietnam-Indonesia, dengan lama menginap rata-rata selama 31 hari dan Indonesia sebagai destinasi pertama yang dikunjungi di ASEAN. Selain itu wisatawan <i>backpacker</i> juga mengunjungi kawasan Negara yang lain selain kawasan Negara Asia Tenggara dengan dominasi rata-rata lama menginap selama 91 hari dan dominan melakukan perjalanan dengan pola Australia-ASEAN, dan ASEAN menjadi destinasi pertama yang dikunjungi.</p>		
9.	<p>Damara Saputra Siregar, Ali Murtopo dan Dian Puspita Sari, Penyusunan Pola Perjalanan Wisata (<i>Travel Pattern</i>) di</p>	<p>Karakteristik wisatawan yang berwisata di Lampung didominasi oleh usia 16-25 tahun, bentuk wisata berupa rombongan keluarga, teman sekantor/sekolah; pintu masuk (<i>entry point</i>) lewat Tol Lampung dan</p>	<p>- Menganalisis terkait cara melakukan perjalanan wisata, moda transportasi yang digunakan, waktu</p>	<p>- Pola perjalanan disusun terlebih dahulu kebutuhan biaya yang dibutuhkan untuk satu pola</p>

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
	Lampung berdasarkan Profil dan Preferensi Wisatawan. (2022)	Bakauheni, Menggunakan moda transportasi mobil pribadi; memilih akomodasi di rumah saudara atau teman dengan lama perjalanan lebih dari setengah hari (6-7 jam). Lama kunjungan 1-3 hari dan jarak tempuh dalam atau luar kota (satu provinsi). Dominasi objek wisata preferensi wisatawan di Lampung adalah jenis wisata air terjun dan pantai. Adapun 6 pola perjalanan dengan kategori <i>one day tour</i> yang disusun berdasarkan profil dan preferensi wisatawan yaitu 1) Pola Perjalanan wisata Bandar Lampung – Pesawaran; 2) Pola Perjalanan wisata Bandar Lampung – Tanggamus; 3) Pola Perjalanan wisata Bandar Lampung – Lampung Selatan; 3) Pola Perjalanan wisata Bandar Lampung – Lampung timur; Pola perjalanan Bandar Lampung – Way Kanan – Lampung Barat; dan Pola Perjalanan Bandar Lampung – pesisir Barat.	berwisata dan tempat-tempat wisata yang dikunjungi - Menggunakan karakteristik sebagai acuan dalam menganalisis pola perjalanan	perjalanan wisata baik itu akomodasi, makanan dan minuman, transportasi, tiket dan belanja.
10	Rumidan Kabes, Soedwihjono dan Lintang Suminar. Kajian Potensi dan Permasalahan Desa Penggok, Kabupaten Klaten, Sebagai Desa Wisata . (2022).	Letak geografis destinasi wisata Desa Pongkok dikelilingi oleh empat kabupaten/kota dan jalan antar kota dan provinsi sangat berpotensi untuk menarik wisatawan. Namun belum disertai aksesibilitas Desa Wisata Pongkok yang dapat menopang kegiatan wisata. Aksesibilitas yang belum mendukung, diantaranya jalan yang rusak, jalan yang bergelombang dan jalan yang belum dapat	- Menggunakan dinas-dinas terkait sebagai narasumber dan pengumpulan data sekunder - Menggunakan indikator aksesibilitas untuk mengetahui jenis problematika	- Penelitian menggunakan metode kualitatif - Menggunakan Pengelola Destinasi Wisata sebagai narasumber -

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p>menampung jumlah kendaraan menuju kawasan Desa Wisata Ponggok. arana transportasi umum menuju Desa Wisata Ponggok belum dapat diakses, serta prasarana halte penghubung belum tersedia. Selain itu, aksesibilitas juga belum memadai jika dilihat dari segi penyediaan sarana penunjuk jalan/rambu lalu lintas. Rambu belum seluruhnya tersedia pada titik-titik lokasi yang perlu disediakan. Pada rambu yang tersedia, tulisan dan warna yang digunakan terkadang tidak jelas dan rambu sering terhalang oleh pepohonan. Prasarana jalan menuju objek wisata di Desa Ponggok, terutama dua objek wisata yaitu Umbul Sigedang-Kapilaler dan Umbul Besuki, belum didukung dengan prasarana jalan yang memadai.</p>		
11	<p>Hefriansyah, Mailin, Wildan Ansori Hasibuan. Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pematang Siantar. (2020)</p>	<p>Problematika yang terdapat pada penelitian ini terdiri dari 4 sub kriteria yaitu masalah akses, masalah komunikasi, masalah lingkungan dan masalah pelayanan.</p> <p>1. Pada masalah akses adalah kelayakan ketersediaan infrastruktur, kelayakan ketersediaan terminal, kelayakan ketersediaan stasiun, dan kelayakan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan metode kualitatif - Menemukan masalah dan strategi 	<ul style="list-style-type: none"> - Menggunakan pengelola atau <i>stakeholder</i> destinasi wisata dan dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung sebagai triangulasi data - Permasalahan didasarkan pula pada hasil wawancara kepada pengelola atau <i>stakeholder</i> destinasi

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		<p>ketersediaan bandara.</p> <p>2. Masalah komunikasi adalah lemahnya digital marketing, kurangnya edukasi wisata halal untuk stakeholder, kurangnya pemandu untuk wisata untuk muslim dan kurangnya panduan wisata</p> <p>3. Masalah lingkungan adalah ketidaknyamanan kedatangan turis asing, ketidaknyamanan turis domestik, ketiadaan wifi, dan kurangnya komitmen pariwisata halal</p> <p>4. Masalah pelayanan adalah kurangnya informasi restoran halal, kurangnya informasi dan kenyamanan hotel syariah, kurangnya kenyamanan ketersediaan masjid, serta kurangnya atraksi yang menarik minat wisatawan muslim.</p> <p>Strategi yang dilakukan untuk pengembangan wisata adalah pengembangan ekosistem, pariwisata dan destinasi pariwisata berkelanjutan,</p>		<p>wisata dan dinas kebudayaan dan pariwisata Kota Bandung</p>

No.	Nama Peneliti, Judul dan Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
		pengembangan aksesibilitas dan konektivitas, pengembangan investasi pariwisata, pengembangan amenitas, dan pengembangan atraksi		

2.3. Kerangka Pemikiran

Dalam menetapkan arah strategi organisasi penetapan visi organisasi menjadi salah satu inspirasi dan motivasi yang memiliki nilai untuk mengarahkan kebijakan organisasi akan disusun dan dilaksanakan. Sehingga visi membuat organisasi dapat berjalan sesuai dengan yang pendiri harapkan. Sedangkan misi menjadi dasar perumusan strategi untuk meningkatkan potensi sumberdaya organisasi sehingga dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Sehingga visi dan misi yang saling mendukung dapat menggambarkan rencana untuk membuat sebuah tindakan.

Visi misi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung 2018-2023 merupakan penjabaran dari visi dan misi Kota Bandung serta menjadi dasar pertimbangan arah pembangunan jangka panjang daerah, kondisi, permasalahan dan tantangan pembangunan yang dihadapi dan isu-isu strategis. Adapun visi Kota Bandung tahun 2018-2023 adalah “*terwujudnya Kota Bandung yang unggul, nyaman, sejahtera dan agamis*”. Dalam mewujudkan visi, maka ditetapkan misi Kota Bandung Tahun 2018-2023, yaitu:

1. Membangun masyarakat yang humanis, agamis, dan berdaya saing
2. Mewujudkan tata kelola pemerintahan yang melayani efektif, efisien, dan bersih
3. Membangun perekonomian yang mandiri, kokoh, dan berkeadilan.
4. Mewujudkan Bandung nyaman melalui perencanaan tata ruang, pembangunan infrastruktur serta pengendalian pemanfaatan ruang yang berkualitas dan berwawasan lingkungan.
5. Mengembangkan pembiayaan kota yang partisipatif, kolaboratif, dan terintegrasi.

Adapun 4 sasaran strategis terkait pengembangan pariwisata dan perekonomian, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung dalam menjalankan visi dan misi yang tertuang pada RENSTRA 2018-2023 adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan daya saing pariwisata, lingkungan bisnis pariwisata, tata kelola, dan infrastruktur pariwisata Kota Bandung
2. Mendorong daya saing koperasi dan UMKM untuk mendukung penguatan ekonomi kerakyatan yang kreatif.

Untuk mendorong sasaran strategis tersebut, sesuai dengan peraturan daerah Nomor 1 Tahun 2023 mengenai strategi pembangunan pemasaran pariwisata adalah menetapkan target jumlah wisatawan berdasarkan pertimbangan rata-rata jumlah kunjungan wisatawan Kota Bandung selama 10 (sepuluh) tahun, target pertumbuhan wisatawan nasional, serta kajian terhadap dampak dari perkembangan pariwisata Daerah. Dengan indikasi program sebagai berikut:

1. Penelitian pasar wisatawan meliputi karakteristik demografis wisatawan, dan pola perjalanan wisatawan ke Kota Bandung, lingkup regional dan nasional.
2. Penelitian persepsi dan preferensi wisatawan Kota Bandung
3. Penelitian tingkat kepuasan dan tingkat kemauan membayar wisatawan di Kota Bandung

Penerapan visi, misi, rencana strategi tersebut juga dapat diterapkan pada objek wisata Museum Geologi. Mengingat tingkat kunjungan yang menciptakan keberagaman karakteristik wisatawan, pola perjalanan wisatawan dan belanja wisatawan di Kota Bandung *entry point* Museum Geologi Bandung yang berpeluang menciptakan permintaan pariwisata, maka diperlukan adanya 3 analisis, analisis tersebut diantaranya:

1. Karakteristik wisatawan
2. Pola perjalanan wisatawan
3. Belanja wisatawan

Dengan adanya analisis tersebut dapat memprediksi kecenderungan yang muncul di objek wisata tersebut, identifikasi pengunjung objek wisata juga dapat dijadikan gambaran kebutuhan pasar, minat dan pola konsumsi wisatawan dapat dikontrol, ragam aksi dapat dipersiapkan dan menyediakan oleh-oleh dan *cinderamata* sebagai kebutuhan wajib di objek wisata ini. Implementasi strategi analisis permintaan wisatawan akan menghasilkan:

1. Penawaran wisata yang sesuai dengan dominasi karakteristik wisatawan

2. Peningkatan kualitas destinasi wisata yang menitik beratkan pada kebutuhan perjalanan dan destinasi pilihan wisatawan
3. Peningkatan laju pertumbuhan ekonomi dengan mendayagunakan peningkatan unsur unsur industri pariwisata berdasarkan pengeluaran terbesar wisatawan.

Namun hal tersebut diatas belum berjalan secara efektif sehingga menimbulkan kesenjangan antara kondisi riil dan kondisi ideal (gap) yang terlihat pada saat dilakukan survey awal penelitian. Dalam meningkatkan laju pertumbuhan ekonomi dapat dilihat dari seberapa besar wisatawan tersebut menghabiskan uang mereka/melakukan konsumsi di objek wisata tersebut. Hal tersebut mengingat selama wisatawan menikmati kegiatan wisata mereka akan melakukan kegiatan konsumsi barang dan jasa dalam memenuhi kebutuhannya seperti akomodasi, makan dan minum, *cinderamata* dan sebagainya. Namun permasalahan pada Museum Geologi Bandung sebagai objek wisata dengan mengacu pada penelitian adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan Museum Geologi Bandung bukanlah pengelolaan di bawah pemerintah Kota Bandung, melainkan di bawah Badan Geologi, Kementerian Energi dan Sumberdaya Mineral. Sehingga pengelolaan untuk kenyamanan wisatawan yang datang ke Kota Bandung melalui *entry point* Museum Geologi Bandung harus lebih diperhatikan. Sehingga keberadaan wisatawan tersebut dapat dikelola sebaik mungkin.
2. Kurangnya kualitas dan kuantitas rumah makan dan restoran maupun biro perjalanan wisata di sekitar objek wisata

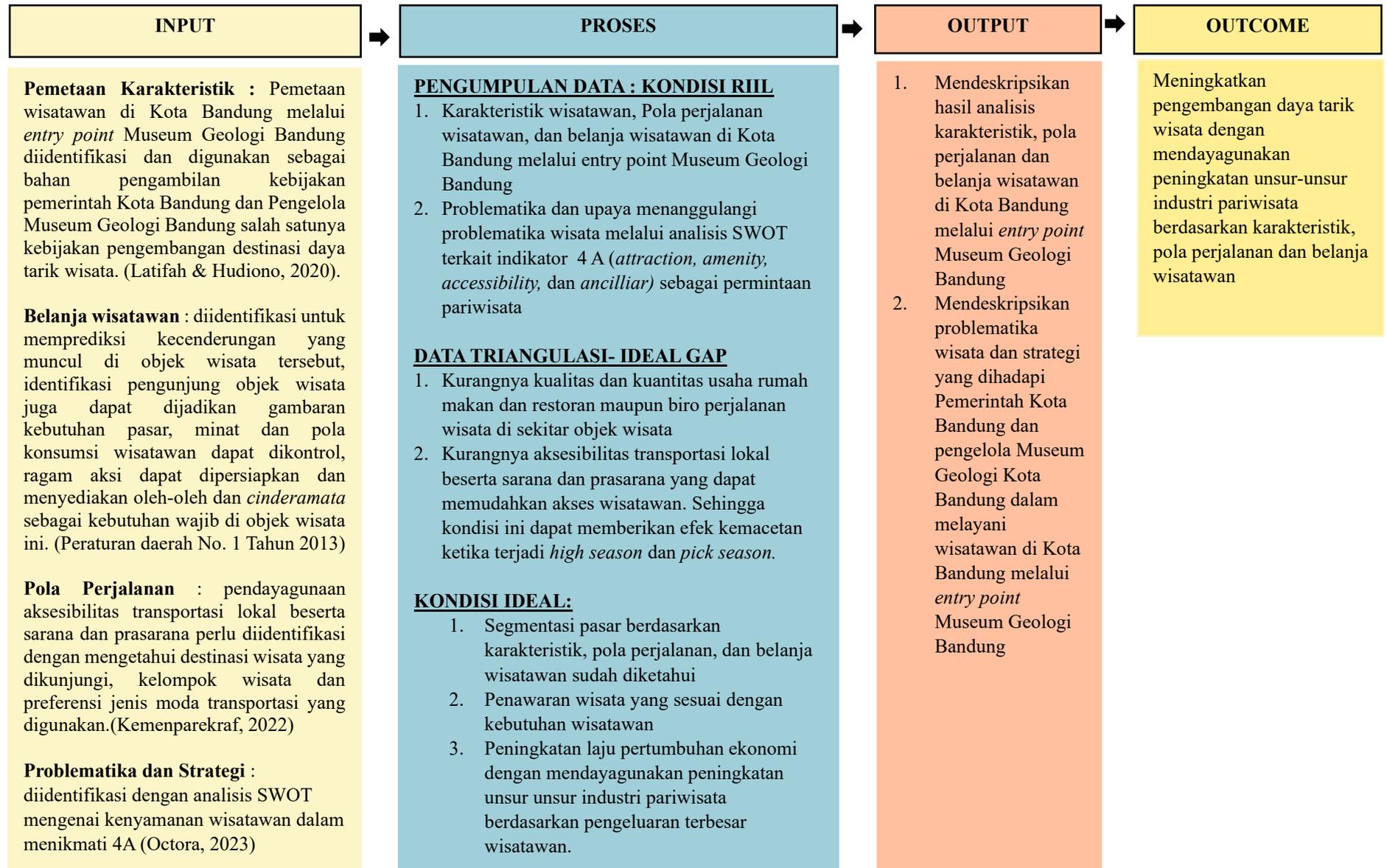
3. Kurangnya aksesibilitas transportasi lokal beserta sarana dan prasarana yang dapat memudahkan akses wisatawan. Sehingga kondisi ini dapat memberikan efek kemacetan ketika terjadi *high season* dan *peak season*.

Setelah memilih strategi untuk meningkatkan pembangunan perkembangan pariwisata sebagai salah satu upaya meningkatkan pertumbuhan ekonomi melalui pengeluaran wisatawan, maka realitas riil yang diharapkan di lapangan masih belum optimal tersebut, dapat diminimalisir atau dihilangkan agar terciptanya kenyamanan pengunjung dan meningkatkan lama tinggal pengunjung. Oleh karena itu, untuk mewujudkan objek wisata yang unggul diperlukan implementasi analisis mengenai 3 analisis yang telah dibahas sebelumnya, yaitu analisis karakteristik, pola perjalanan dan belanja wisatawan.

Implementasi analisis tersebut akan menghasilkan:

1. Identifikasi terhadap pengunjung objek wisata yang menjadi gambaran kebutuhan pasar sehingga dapat menjadi tolok ukur perencanaan produksi wisata seperti akomodasi, sarana transportasi dan lainnya
2. Penawaran wisata yang sesuai dengan dominasi karakteristik wisatawan
3. Peningkatan laju pertumbuhan ekonomi dengan mendayagunakan peningkatan unsur unsur industri pariwisata berdasarkan pengeluaran terbesar wisatawan.

Berdasarkan uraian pada kerangka pemikiran tersebut, maka penulis menggambarkan dalam model kerangka berfikir seperti terlihat pada gambar 2.1. di bawah ini :



Gambar 2. 1. Bagan Kerangka Pemikiran

2.4. Proposisi Penelitian

Proposisi adalah istilah yang digunakan untuk kalimat pernyataan yang memiliki arti penuh dan utuh. Hal ini berarti suatu kalimat harus dapat dipercaya, disangsikan, disangkal, atau dibuktikan benar tidaknya. Singkatnya, proposisi adalah pernyataan mengenai hal-hal yang dapat dinilai benar atau salah (Mukhlis, 2022). Atau dalam pengertian lain proposisi penelitian adalah dugaan sementara dari peneliti terhadap fenomena yang terjadi dalam sebuah penelitian. Proposisi dalam penelitian ini adalah sesuatu yang diteliti. Proposisi dalam penelitian ini, adalah mengenai karakteristik, pola perjalanan dan belanja wisatawan, serta problematika wisata dan cara pengelola serta pemerintah mengatasi problematika tersebut di Museum Geologi Bandung. mempertimbangkan keadaan faktual dan empiris dan mempertimbangkan rumusan masalah yang telah dinyatakan di depan maka proposisi penelitian yang dibuat adalah sebagai berikut :

1. Terdapat perbedaan karakteristik pada wisatawan dengan tujuan rekreasi/berwisata dengan wisatawan dengan tujuan studi (pelajar). Perbedaan karakteristik wisatawan ini terkait faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan wisata.
2. Pola Perjalanan wisatawan berada pada titik-titik daerah ramai Kota Bandung. Hal ini dikarenakan Museum Geologi Bandung Sebagai salah satu objek multi-destinasi wisatawan. Sehingga Museum Geologi Bandung menjadi salah satu destinasi yang dikunjungi selama berwisata.
3. Belanja wisatawan pelajar dan wisatawan biasa memiliki perbedaan pada jenis pengeluaran terbesar. Belanja wisatawan semakin besar ketika daerah

sekitar destinasi memberikan penawaran yang beragam yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.

4. Adanya kendala dan hambatan Pemerintah Kota Bandung dan pengelola Museum Geologi Bandung dalam melayani wisatawan dan perlu diminimalisir utamanya dalam penawaran pariwisata pada indikator *attraction, amenity, accessibility, dan ancilliar*.
5. Strategi Pengelola Museum Geologi Bandung Dan Pemerintah Kota Bandung Dalam Melayani Wisatawan berdasarkan karakteristik, pola perjalanan dan belanja wisatawan diperlukan dalam upaya mewujudkan peningkatan daya saing pariwisata, lingkungan bisnis pariwisata, tata kelola, dan infrastruktur pariwisata Kota Bandung.