

ANALISA PASAR PARIWISATA KABUPATEN BULELENG TAHUN 2023

Oleh :

Agus Widya Suputra, SE., MAP.



BAB I

WISATAWAN NUSANTARA

A. LATAR BELAKANG

Minat masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata semakin meningkat. Mobilitas masyarakat untuk berwisata terlihat sudah lebih tinggi dibandingkan dengan sebelum pandemi melanda. Hal ini tentu menjadi peluang bagi pemulihan sektor pariwisata yang sempat terpuruk sejak pandemi melanda. Untuk menggiatkan wisata di dalam negeri, Pemerintah RI mengembangkan program Bangga Berwisata di Indonesia (BBWI). Program ini merupakan program kolaboratif yang bertujuan untuk mendorong minat dan kebanggaan masyarakat Indonesia untuk berwisata di dalam negeri.

Presiden RI Joko Widodo beberapa waktu lalu pernah memberikan arahan untuk mengajak seluruh masyarakat Indonesia agar dapat berwisata di dalam Negeri. Seperti yang diketahui, bahwa Indonesia memiliki berbagai wisata yang tak kalah indah dan menarik. Melalui program Bangga Berwisata di dalam Negeri, diharapkan dapat memberikan dampak ekonomi yang signifikan dan membantu pemulihan sektor pariwisata lebih cepat pascapandemi. Hal ini terutama pada aktivitas pariwisata, kegiatan kuliner, belanja, dan kegiatan lainnya seperti menggunakan produk dalam negeri. Tentu hal ini juga dapat memberikan dampak yang baik bagi pelaku UMKM, mendorong penyerapan tenaga kerja, serta pada gilirannya akan mendorong perbaikan kesejahteraan masyarakat. Secara sederhana, masyarakat menikmati pariwisata, namun juga berkontribusi untuk memperkuat pemulihan ekonomi.

Implementasi program bangga berwisata di Indonesia tahun 2023 diharapkan akan mendorong perjalanan wisatawan nusantara sebanyak 1,2-1,4 miliar atau sekitar dua kali lebih banyak dibandingkan dengan capaian tahun ini. Untuk mencapai target tersebut, terdapat empat strategi yang akan diimplementasikan. Pertama, dengan membangun *awareness* melalui kampanye intensif program BBWI. Pada strategi ini, kerja sama dilakukan secara terintegrasi dengan seluruh Kementerian, Lembaga, Pemerintah Daerah serta industri pendukung pariwisata, untuk secara masif mengampanyekan program BBWI. Kedua, yakni program BBWI akan diintegrasikan dengan promo dan paket pariwisata. Untuk ini, pemerintah sudah menyusun 12 tematik pariwisata sepanjang tahun 2023 yang dikemas secara menarik sekaligus dapat

mengenalkan potensi kekuatan pariwisata Indonesia. Dukungan kuat dari perbankan, jasa penerbangan, jasa kereta api serta transportasi darat juga sangat diperlukan dalam hal ini. Pemerintah juga menyarakan agar agen perjalanan juga dapat menyusun paket-paket wisata yang menarik untuk berbagai pilihan wisata. Ketiga, penguatan ketersediaan transportasi darat, laut, serta udara yang terjangkau dan efisien. Fokus pemerintah juga meningkatkan kuantitas akses penerbangan, bus, dan kereta api ke destinasi utama. Keempat, yakni kita memperkuat aspek sustainability pada seluruh aktivitas pariwisata. Isu *sustainability* telah menjadi salah satu pembicaraan utama pada pertemuan G20 lalu, oleh karena itu pemerintah akan terus mendorong pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Seluruh rencana dalam program BBWI akan berhasil jika seluruh pihak dapat berpartisipasi aktif dan saling bekerja sama sesuai dengan tugas dan fungsinya. Dalam hal ini, para pemangku kepentingan, termasuk maskapai, bank, operator seluler, asosiasi, dan pihak swasta lainnya, juga menyatakan kesiapannya untuk mendukung program BBWI. Kerja sama seluruh pihak, baik pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan terkait menjadi kunci kesuksesan program.

Dengan adanya program bangga berwisata di Indonesia tentu saja disambut baik oleh Pemerintah Kabupaten Buleleng mengingat wisatawan Nusantara juga memiliki peran yang sangat besar dalam perputaran ekonomi di daerah. Wisatawan Nusantara merupakan hal yang patut diperhitungkan dan perlu mendapat perhatian lebih serius. Salah satu hal penting yang perlu diupayakan untuk mendukung pengembangan pasar Wisnus adalah ketersediaan informasi mengenai karakteristik Wisnus yang lebih terpercaya dan memadai. Terkait dengan upaya untuk mengetahui karakteristik Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng, maka diperlukan penelitian yang dapat memberikan berbagai informasi tentang karakteristik Wisnus, antara lain mengenai akomodasi/tempat menginap, lama tinggal, moda transportasi yang digunakan, pengeluaran selama di destinasi wisata, serta ekspektasi dan tingkat kepuasan mereka terhadap destinasi yang dikunjungi. Informasi ini akan dapat dimanfaatkan sebagai pedoman untuk perumusan kebijakan dan langkah-langkah strategis di bidang pemasaran dan penyediaan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan wisatawan.

Perkembangan kunjungan wisatawan secara *Year on Year* (YoY) pada Tahun 2022 dan 2023 menunjukkan progress yang cukup baik pasca pandemi. Hal ini terlihat dari data

kunjungan pada tahun 2022 sebanyak 703.642 kunjungan sedangkan pada tahun 2023 sebanyak 800.949 kunjungan atau **naik sebesar 12,15%**. Secara keseluruhan kunjungan wisatawan nusantara ke Kabupaten Buleleng pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan tahun lalu dan telah **melebihi target kenaikan sebesar 2%** yang telah ditetapkan. Grafik perkembangan perbandingan kunjungan wisatawan nusantara dari tahun 2022 dan tahun 2023 ditunjukkan pada table dan diagram dibawah ini :

No		2022		2022	2023		2023
		Domestik			Domestik		
		L	P		L	P	
1	Januari	19.489	16.053	35.542	19.852	19.747	39.599
2	Pebruari	23.471	20.484	43.955	25.262	25.347	50.609
3	Maret	38.111	28.061	66.172	30.718	31.577	62.295
4	April	42.017	30.638	72.655	31.313	32.072	63.385
5	Mei	34.267	29.958	64.225	29.688	31.082	60.770
6	Juni	24.959	26.419	51.377	33.273	33.943	67.216
7	Juli	45.193	46.366	91.559	41.718	41.944	83.662
8	Agustus	50.595	50.017	100.612	45.260	43.121	88.381
9	September	21.767	21.359	43.126	36.166	36.567	72.733
10	Oktober	19.411	20.756	40.167	32.179	30.683	62.862
11	Nopember	20.462	21.199	41.661	38.784	34.575	73.359
12	Desember	26.674	25.917	52.591	38.689	37.389	76.078
TOTAL		366.416	337.227		402.902	398.047	800.949
		703.642			800.949		

Tabel. 1.1. Perbandingan Kunjungan Wisatawan Nusantara Tahun 2022-2023



B. ANALISIS WISNUS YANG BERKUNJUNG KE KABUPATEN BULELENG

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang tumbuh dengan cepat. Sektor pariwisata sendiri merupakan salah satu penyumbang devisa bagi Negara Indonesia. Pariwisata Indonesia sangatlah maju dan unggul, karena Indonesia sendiri memiliki banyak tempat serta adat dan budaya juga tradisi yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Dari informasi Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Bahari (TP2WB) Kementerian Pariwisata, perkembangan sektor pariwisata memperlihatkan adanya kontribusi terhadap penerimaan devisa Indonesia. Berdasarkan informasi dari penerimaan devisa Indonesia yang berasal dari sektor-sektor utama dalam perekonomian, sampai tahun 2024 diproyeksikan sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia di mana tahun 2015–2017 sektor pariwisata cenderung mengalami peningkatan dalam hal pemasok devisa Indonesia dalam pengembangan pariwisata perlu dikaji mengenai wisatawan yang akan dituju yang kelak akan datang ke daerah tujuan wisata. Wisatawan tersebutlah yang menjadi pangsa pasar wisata. Menurut Fandeli (2003:4), pasar pariwisata (*demand*) adalah merupakan pihak yang meminta atau membutuhkan kegiatan berwisata. Oleh karenanya, banyak permintaan yang harus dipenuhi oleh penyedia kegiatan pariwisata. Masih menurut Fandeli, terdapat beberapa unsur penting yang harus dipertimbangkan dalam aspek pasar pariwisata, yaitu Unsur Wisatawan, Aktivitas, Promosi dan *technology*, dan Kelembagaan. Salah satu faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wisata atau melakukan perjalanan adalah berkaitan dengan kebutuhan, motif dan kepribadian seseorang.

Terdapat faktor pendorong (kebutuhan dan motif) yaitu kebutuhan untuk membebaskan diri, menemukan diri sendiri, istirahat dan relaksasi, *prestige*, keluarga, mencari pengalaman baru, petualang dan tantangan, serta faktor penarik atraksi, yaitu mencakup manusia, tempat dan aktivitas (Arma dalam Fandeli,1995). Sementara menurut Mathiesen dan Wall (dalam Fandeli:1995) tuntutan kebutuhan orang melakukan kegiatan wisata terutama dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan teknologi, serta termasuk di dalamnya adalah meningkatnya pendapatan dan kemampuan daya beli yang semakin tinggi, keinginan orang melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan mendapatkan perubahan suasana dan memanfaatkan waktu senggang sesudah bekerja,

bertambahnya kemajuan- kemajuan dalam bidang transportasi mengakibatkan perjalanan lebih mudah, cepat dan nyaman,serta kemudahan-kemudahan dalam mobilitas, serta tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan pula keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat yang ingin dikunjungi. Penyediaan obyek dan atraksi wisata (*supply*) harus ada komplementarisasi/kesesuaian dengan pasar pariwisata (*demand*). Selain yang sudah disebutkan di atas hal yang tidak kalah pentingnya dalam segmentasi pasar adalah faktor usia wisatawan, karena faktor usia berpengaruh terhadap pola pikir dan pandangan mereka terhadap jenis wisata yang dipilih untuk mengetahui kebutuhan dan minat wisatawan terhadap suatu kawasan wisata, perlu dilakukan analisis terhadap karakteristik pengunjung.

Hasil analisis ini digunakan sebagai salah satu dasar arahan pengembangan sarana wisata di daerah Kabupaten Buleleng.

B.1. Kunjungan Wisatawan Nusantara selama Tahun 2023

No	Nama DTW	Tahun 2023											
		Bulan											
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Taman Nasional Bali Barat	1612	2664	1638	814	533	1823	1979	1812	1518	1400	893	1069
2	Pura Jaya Prana	4133	2040	837	2227	1438	4365	1188	5300	1774	1659	1533	4778
3	Taman Laut P. Menjangan	0	0	0	140	117	178	209	261	215	115	74	115
4	Air Panas Banyuwedang	1852	568	463	844	300	778	400	900	300	200	203	1623
5	Pura Pulaki	3675	2277	2541	4392	3643	4007	2995	3899	6880	4874	3134	3206
6	Taman Laut Pemuteran	0	80	497	0	0	0	0	0	0	0	0	0
7	Pura Batu Kursi	0	0	138	149	94	91	66	119	37	39	22	15
8	Air Panas Banjar	5620	4217	2346	3389	4271	7042	4260	2563	2481	4729	2068	2374
9	Brahma Wihara Arama	449	147	3250	506	213	211	404	388	339	348	238	448
10	Air Terjun Melanting	693	326	489	0	0	0	0	0	0	0	0	0
11	Danau Tamblingan	572	345	385	2269	1470	1567	1425	1046	1137	862	672	1035
12	Krisna Funtastic Land	116	21513	18299	13858	15593	9000	4739	8197	7710	3705	3010	9180
13	Krisna Water Sport	1783	242	33	264	284	405	354	150	261	339	191	391
14	Danau Buyan	288	157	359	567	412	1193	0	1941	3248	3134	1590	3160
15	Air Terjun Banyumala	291	213	235	1006	979	1733	1685	2216	2065	1880	1454	1600
16	Air Terjun Gitgit	113	0	19	3	0	0	0	0	0	0	0	0
17	Air Terjun Jembong	881	1850	1821	3268	3418	4718	0	0	0	974	740	1095
18	Air Terjun Aling-Aling	0	174	378	357	255	436	360	521	385	275	147	284
19	Krisna Adventure	661	601	621	994	575	1567	682	489	559	458	388	315
20	Air Terjun Puncak Manik	50	23	29	33	33	50	38	71	120	620	272	313
21	Air Terjun Banyuwana Amerta	375	303	303	952	1036	1138	1138	1364	1577	1736	1012	1011

ANALISA PASAR PARIWISATA Tahun 2023

22	Tugu Singa Ambara Raja	561	150	5000	95	255	497	370	1060	1250	844	1055	1350
23	Gedong Kertya	1230	394	495	220	154	78	115	81	391	891	761	711
24	Museum Buleleng	38	30	35	102	21	24	35	70	101	113	72	58
25	Eks. Pelabuhan Buleleng	4290	1020	4604	4070	4838	5155	5722	14105	14792	6765	25000	5442
26	Pantai Lovina	3274	2652	2705	3022	3255	3494	19650	10074	2711	2575	5034	6130
27	Pantai Penimbangan	1860	2228	5000	8124	8420	7080	8390	11990	8450	9283	10400	13360
28	Puri Kanginan	0	54	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	Lingkungan Pura Beji	209	466	463	572	890	1084	1704	0	1589	1239	730	515
30	Pantai Kerobokan	2170	3678	3858	2400	3100	3713	2788	6313	5994	6319	5640	7393
31	Air Terjun Sekumpul	921	339	240	156	300	179	544	2000	500	557	600	336
32	Lingkungan Pura Meduwe Karang	15	180	0	0	0	80	0	4	0	0	0	0
33	Kolam Renang Air Sanih	905	1191	4000	7161	3309	3854	20865	5632	2491	2586	2798	3432
34	Lingkungan Pura Ponjok Batu	845	449	1030	1320	1535	1333	1501	5680	3797	4261	3555	5052
35	Air Terjun Yeh Mampeh Les	117	38	184	111	0	343	56	135	61	82	73	172
36	Taman Laut Desa Les	0	0	0	0	29	0	0	0	0	0	0	0
	CRUISE SHIP												
1	Seven Seas Mariner												115
	Total	39599	50609	62295	63385	60770	67216	83662	88381	72733	62862	73359	76078

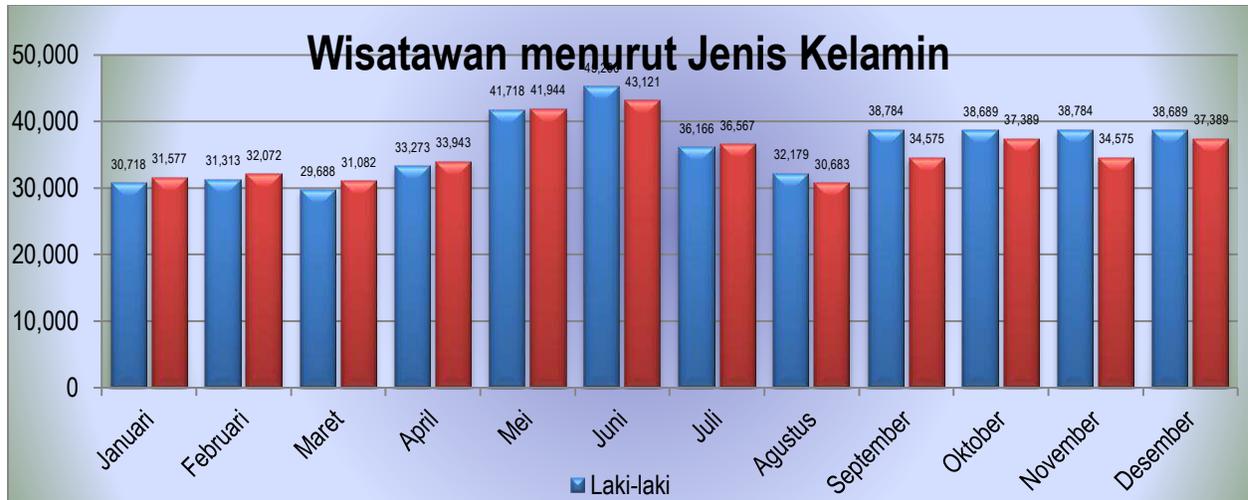
Tabel 1.2. Kunjungan Wisatawan Nusantara ke masing-masing Destinasi Tahun 2023

B.2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin wisatawan cenderung menentukan jenis dan pilihan dalam melakukan perjalanan. Kecendrungan wisatawan perempuan lebih detil dalam menilai dan menentukan pilihan mereka dibandingkan wisatawan laki-laki. Berdasarkan perbedaan jenis kelamin, presentase Wisnus yang berkunjung berjenis kelamin perempuan. Secara lebih rinci penggolongan Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng jenis kelamin data disajikan seperti pada table dan diagram berikut:

No.	Bulan	Laki-laki	Perempuan
1	Januari	19.852	19.747
2	Februari	25.262	25.347
3	Maret	30.718	31.577
4	April	31.313	32.072
5	Mei	29.688	31.082
6	Juni	33.273	33.943
7	Juli	41.718	41.944
8	Agustus	45.260	43.121
9	September	36.166	36.567
10	Oktober	32.179	30.683
11	November	38.784	34.575
12	Desember	38.689	37.389
	Total	402.902	398.047

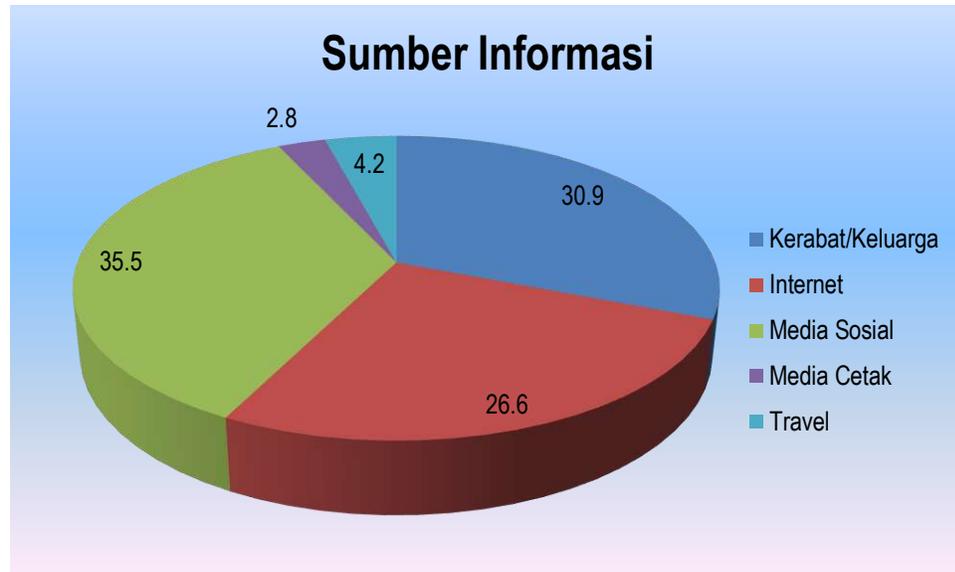
Tabel 1.3. Wisatawan menurut Jenis Kelamin



Gambar 1.2. Diagram Wisatawan menurut Jenis Kelamin

B.3. Sumber Informasi

Sumber informasi sangatlah penting untuk menentukan tujuan daerah wisata. Kita bisa mendapatkan segala informasi dan pengetahuan daerah wisata sebelum kita berpergian ke daerah tersebut. Hal ini berguna untuk lebih memahami dan mengetahui tempat-tempat yang nantinya kita kunjungi. Sumber informasi dapat kita peroleh dari berbagai media, misalnya media elektronik baik radio, televisi atau lainnya. Informasi juga bisa diperoleh melalui media internet ataupun koran atau brosur. Informasi yang mungkin lebih terpercaya adalah informasi yang diperoleh dari keluarga, kerabat, atau teman yang sebelumnya sudah melakukan kunjungan ke daerah wisata yang akan kita kunjungi. Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng kebanyakan mereka mendapatkan informasi berasal dari keluarga atau teman mencapai (45,05%), melalui media sosial (30,84%), melalui media internet (24,50%) dan yang terendah melalui koran ataupun brosur mencapai (1,61%).



Gambar 1.2. Sumber Informasi

B.4. Rata-rata Pengeluaran

Berdasarkan rata-rata pengeluaran selama di Kabupaten Buleleng, Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng yang tertinggi adalah mereka menghabiskan uangnya sebesar 1-3 juta rupiah (47,85%), kemudian rata-rata pengeluaran dibawah 1 juta rupiah (28,80%), dilanjutkan dengan rata-rata pengeluaran 3,1-5 juta rupiah (21,78%), rata-rata pengeluaran 5,1-7 juta rupiah (11,23%) dan terendah rata-rata pengeluarannya 7,1-9 juta rupiah (5,34%).

B.5. Tempat Wisata Favorit

Berdasarkan atas lokasi favorit tempat berkunjung, Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng secara signifikan banyak memanfaatkan waktu di Krisna Funtastic Land (14,35), Eks Pelabuhan Buleleng (11,96), Pantai Penimbangan (11,81%), Pantai Lovina (8,06%), Kolam Renang Air Sanih (7,27%), Pantai Kerobokan (6,66%), Pura Pulaki (5,68%), Air Panas Banjar (5,66%), Pura Jayaprana (3,9), Pura Ponjok Batu (3,79) dan destinasi lainnya (20,85%). Rincian Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng berdasarkan destinasi wisata favorit dapat dilihat

pada diagram berikut :

No	Daya Tarik Wisata	Jumlah Kunjungan	Persentase
1	KRISNA FUNTASTIC LAND	114.920	14,35
2	EKS PELABUHAN BULELENG	95.803	11.96
3	PANTAI PENIMBANGAN	94.585	11.81
4	PANTAI LOVINA	64.576	8.06
5	KOLAM RENANG AIR SANIH	58.224	7.27
6	PANTAI KEROBOKAN	53.366	6.66
7	PURA PULAKI	45.523	5.68
8	AIR PANAS BANJAR	45.360	5.66
9	PURA JAYAPRANA	31.272	3.90
10	PURA PONJOK BATU	30.358	3.79
11	LAINNYA	166.962	20.85
TOTAL		800.949	100

Tabel 1.2. Lokasi Favorit Wisatawan Nusantara



Gambar 1.2. Diagram Lokasi Favorit Wisatawan Nusantara

B.6. Aktivitas Wisata

Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng berdasarkan aktivitas wisatanya, secara signifikan mereka lebih banyak mengunjungi tempat wisata keluarga, tempat berkumpulnya anak muda, kemudian dilanjutkan dengan wisata spiritual, aktivitas wisata tirta.

B.7. Yang Disukai Selama di Kabupaten Buleleng

1. Keindahan Daya Tarik Wisata secara umum.
2. Harga makanannya murah.
3. Penduduknya ramah.
4. Pantainya Indah.
5. Makanan/ Kuliner Tradisional khas Kabupaten Buleleng.
6. Tari tradisionalnya, tempat belanja & harga-harganya murah.
7. Tidak Macet
8. Keindahan Pantai dan Lumba-lumba di Lovina.
9. Diving di Pemuteran & Pulau Menjangan.
10. Dapat menikmati pemandangan yang indah, bersih, lestari, dan damai.
11. Dari segi bahasa yang mencerminkan rasa kekeluargaan.
12. Toleransi beragama, keramahan penduduknya, adat-istiadanya.
13. Alam sebagian besar masih asli.
14. Berekreasi di pantai Penimbangan.
15. Daerah Buleleng secara umum tidak terlalu ramai dan padat.
16. Pemandangan pantai dan sunset yang eksotis.
17. Merasakan perhatian penduduk yang ramah.
18. Semua Air terjunnya indah.
19. Tempat objeknya tidak terlalu jauh dari segi jarak tempuh.
20. Kuliner yang beranekaragam.
21. Kebudayaan yang unik di setiap wilayah Kecamatan dan Desa.
22. Kebersihan dan kerapihan Taman.
23. Dekat dengan akses penyebrangan pelabuhan Gilimanuk.

B.8. Hal-hal yang Tidak Disukai

1. Hawa cuaca yang agak panas.
2. Akses menuju destinasi banyak yang rusak.
3. Restoran makanan halal dan vegetarian masih sedikit.
4. Tempat berbelanja (*Supermarket*) masih sedikit.
5. Kendaraan umum dan taksi yang masih sangat terbatas.
6. Kendaraan *online* juga masih terbatas.
7. Terdapat pengemis pada beberapa tempat – tempat tertentu.
8. Masih banyak ada sampah di area obyek daya tarik wisata.
9. Masih terdapat kawasan objek daya tarik Wisata yang kurang terawat (toilet, tempat duduk) yang masih banyak rusak.
10. Sering terjadi keributan saat ada event.

B.9. Saran

1. Memperbaiki fasilitas dan akomodasi pariwisata seperti toilet, stop over, dll.
2. Pertunjukkan kesenian ditingkatkan.
3. Kebersihan pantai perlu ditingkatkan.
4. Dibangun banyak tempat atau destinasi wisata baru.
5. Sarana dan prasarana lebih ditingkatkan.
6. Penanganan sampah-sampah yang berserakan.
7. Pemeliharaan tempat wisata dan pengembangannya diperluas.
8. Promosi pariwisata di Buleleng lebih ditingkatkan agar Buleleng dapat lebih dikenal.
9. Di tempat wisata agar disediakan tempat memamerkan hasil-hasil barang kerajinan.
10. Perbanyak ketersediaan makanan halal.
11. Perbaiki sarana dan prasarana obyek daya tarik wisata.
12. Terutama penduduk agar turut menjaga kebersihan tempat wisata, dan melayani tamu dengan lebih baik lagi.
13. Menjaga kebersihan di sekitar jalan pantai agar terlihat indah dan asri dan hendaknya Dinas Pariwisata memperhatikan hal-hal tersebut.
14. Agar lebih memperhatikan kebersihan dan pertamanan di daerah Kota.
15. Fasilitas toilet umum dan kebersihannya lebih ditingkatkan.

C. KESIMPULAN

Wisatawan Nusantara yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng masih didominasi oleh mereka yang berasal warga local dan dari Kabupaten/Kota yang ada di Bali serta berasal dari kota-kota di Pulau Jawa, seperti Surabaya, Jakarta, Bandung, dan Yogyakarta, selain juga dari beberapa wilayah lain seperti Sumatera, Kalimantan, Sulawesi dan Nusa Tenggara. Mereka berumur muda dan masih produktif, berpendidikan tinggi, pekerjaannya sebageaian besar wiraswasta. Sebagian dari mereka berpenghasilan kurang dari Rp, 120 juta per tahun, dengan kisaran lama tinggal selama berkisar antara 2-3 hari dan umumnya mereka menginap di berbagai jenis akomodasi komersial di pantai Lovina.

Sumber informasi Wisnus tentang Buleleng masih didominasi lebih dari 70% sumber informasi tersebut mereka peroleh dari media elektronik, seperti media social dan internet. Sebagian besar Wisnus berkunjung untuk pertama kalinya ke Buleleng namun cukup banyak diantara mereka yang telah berkunjung lebih dari dua kali, bahkan berkali-kali.

Secara umum Wisnus merasa selama mereka berkunjung ke Buleleng produk maupun pelayanan yang mereka peroleh sudah sesuai dengan uang yang dikeluarkannya. Penilaian mereka terhadap atraksi wisata alam maupun budaya di Buleleng sangat baik. Hanya kondisi lalu lintas yang mereka keluhkan, karena di beberapa lokasi kemacetan dan kesemrawutan sudah mulai terjadi. Secara umum peningkatan jumlah Wisatawan Nusantara yang datang ke Kabupaten Buleleng didorong juga oleh penyelenggaraan event-event berskala nasional dan internasional di Bali, karena sebagian besar delegasi peserta kegiatan tersebut juga melakukan perjalanan wisata ke Bali Utara khususnya Buleleng selain ke wilayah-wilayah lainnya.

D. REKOMENDASI

1. Palaksanaan kegiatan promosi hendaknya dilakukan dengan koordinasi yang cermat bersama *Stake Holder* terkait.
2. Organisasi pariwisata hendaknya selalu berusaha sedapat mungkin mencari tema-tema prioritas untuk daerah guna meningkatkan pengenalan dan identifikasi untuk setiap komunikasi dengan penawaran yang dilakukan suatu DTW.
3. Agar terus digarap dengan lebih serius Wisatawan Nusantara ini dengan mengembangkan berbagai produk berupa atraksi wisata alam dan budaya serta usaha pencapaian pelayanan

yang prima. Pengembangan Wisatawan Nusantara juga merupakan amanah pemerintah sesuai dengan *branding* atau *tagline* Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mengenai pengembangan Wisatawa “Wonderfull Indonesia” atau “Pesona Indonesia”.

4. Agar segera disiapkan fasilitas sarana dan prasarana pariwisata utamanya akomodasi kelas berbintang lebih banyak, yang mendukung wisatawan untuk dapat memiliki masa tinggal lebih lama di Buleleng.
5. Akselerasi pengembangan aksesibilitas utama atau infrastruktur jalan dan transportasi umum pendukung juga harus disiapkan pemerintah daerah dalam rangka mempermudah wisatawan menuju wilayah Kabupaten Buleleng.
6. Ke depan agar dibuatkan *stop over – stop over* beserta sarana pendukungnya sebagai tempat persinggahan wisatawan nusantara pada beberapa jalur transportasi darat yang sering dilewati bus-bus pariwisata.
7. Pemberian akses informasi yang lebih masif untuk wisatawan yang ingin berkunjung ke Bali, terutama ke Kabupaten Buleleng dengan dibuatkannya website khusus yang memuat segala jenis informasi, mulai dari objek wisata, paket tour, dan informasi hotel.
8. Memperbanyak pembuatan paket wisata dengan mengutamakan wilayah Buleleng sebagai objek wisata yang dikunjungi, dengan variasi – variasi paket wisata, seperti *sight seeing, half day tour, the amazing Buleleng*, dan lainnya.
9. Peningkatan kualitas sumber daya manusia SDM pengelola objek daya tarik wisata ODTW melalui pendidikan dan pelatihan yang berkelanjutan dan komprehensif seperti *skill guiding, product knowledge* kepada kelompok sadar wisata POKDARWIS di seluruh wilayah di Kabupaten Buleleng.
10. Strategi penawaran harga yang bersaing ketat untuk paket wisata, retribusi ODTW, rate kamar dan harga produk-produk industri pariwisata lainnya.
11. Strategi penguatan keunikan produk Ekonomi Kreatif, utamanya Kuliner, Cinderamata Khas (Lukisan Wayang Kaca, Sokasi, Bokor, Buah Lokal, Gula Merah Pedawa, Siobak, Bubur Mengguh dll), Seni Pertunjukan/ Festival.
12. Penyusunan pasar Komunitas Penghobi baik Olahraga, Otomotif, Kesenian, Pecinta Alam dll nya.
13. Menyiapkan fasilitas hiburan tambahan bagi Wisnus dan Lokal seperti Mall, Cinema dan Atraksi buatan lainnya.

14. Menyiapkan pasar pariwisata MICE (meeting incentive conference exhibition) bertemakan NAST (nyaman aman sehat terbatas) dengan menyoar Kementerian, Lembaga, BUMN, Pemprov dan Pemkab, BUMD daerah lain se Indonesia.
15. Menyiapkan ODTW (Objek Daya Tarik Wisata) dan Desa Wisata Super Prioritas di Buleleng yang didorong pengoptimalan sarana prasarananya fasilitas pendukungnya.
16. Menyiapkan Paket Wisata Spiritual dan Paket Wisata Sejarah yang menarik untuk Wisatawan Lokal dan Wisatawan Nusantara.
17. Merehabilitasi/merenovasi wilayah Lovina dan Pelabuhan Tua Buleleng agar dibuatkan patung yang *iconic*, besar, menjorok ke laut/semi reklamasi agar lebih menarik sebagai objek selfie dan tujuan daya tarik utama.
18. Adanya strategi jangka menengah melalui *strategy pentahelix* yang merupakan strategi kolaborasi antara Dunia *Academic, Business, Government, Costumer and Media* (ABGCM). penerapan startegi ini akan optimal apabila masing-masing mempunyai peran yang berimbang di bidangnya masing-masing sehingga dapat berkolaborasi dengan baik dan menghasilkan kekuatan yang luar biasa. Perguruan tinggi mempunyai peran dalam mencetak SDM dan melakukan riset untuk menjawab kebutuhan industri bidang pariwisata terutama membuat program studi pengelolaan destinasi pariwisata dan *Business* melakukan aktivitas yang berorientasi untuk memenuhi kebutuhan industri pariwisata.
19. Penguatan Kabupaten Buleleng ke depannya juga sebagai Kawasan Konservasi Alam yang dapat menunjang penguatan sektor industry pariwisata.
20. Lebih menguatkan uoaya promosi pariwisata dengan mendatangkan Influencer/Artis Nasional sebagai trigger dalam mendatangkan wisatawan Nusantara.

BAB II

WISATAWAN MANCANEGERA

A. LATAR BELAKANG

Wisatawan mancanegara (wisman) adalah setiap pengunjung yang mengunjungi suatu Negara oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari satu tahun.

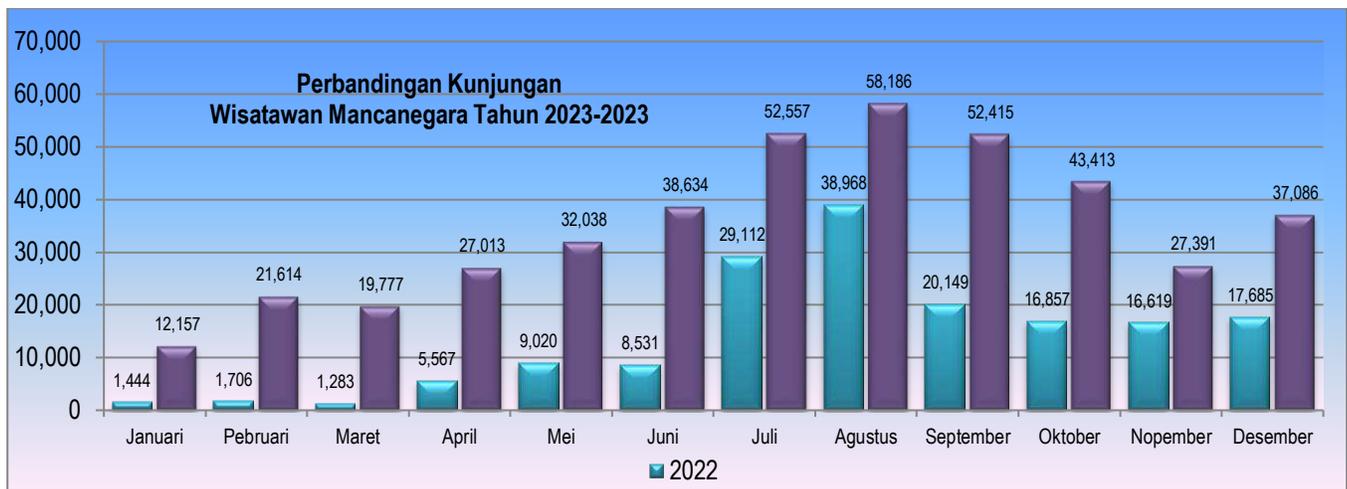
Kabupaten Buleleng adalah salah satu Kabupaten di Bali dan merupakan salah satu Kabupaten yang banyak memiliki tempat-tempat wisata yang sangat indah dan sangat diminati oleh wisatawan mancanegara. Selain tempat-tempat wisata yang sangat indah, Kabupaten Buleleng juga memiliki daya tarik wisata yang sangat potensial yang dapat memikat wisatawan untuk berkunjung diantaranya daya tarik wisata alam, sosial dan budaya.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah kedatangan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Buleleng mengalami fluktuasi disetiap tahunnya. Perkembangan kunjungan wisatawan Mancanegara secara *Year on Year* (YoY) pada tahun 2022 dan 2023 menunjukkan progress yang cukup baik pasca pandemi. Hal ini terlihat dari data kunjungan pada tahun 2022 sebanyak **166.941** kunjungan sedangkan pada tahun 2023 sebanyak **422.646** kunjungan atau **naik sebesar 60,64%**. Secara keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Kabupaten Buleleng pada tahun 2023 mengalami peningkatan yang sangat signifikan dibandingkan tahun lalu. Grafik perkembangan perbandingan kunjungan wisatawan dari tahun 2022 dan tahun 2023 ditunjukkan pada table dan diagram dibawah ini :

No	Bulan	Mancanegara		TOTAL	Mancanegara		TOTAL
		L	P		L	P	
		1	Januari		756	688	
2	Pebruari	912	794	1.706	11.535	10.079	21.614
3	Maret	877	406	1.283	10.287	9.491	19.777
4	April	3.129	2.438	5.567	13.337	13.676	27.013
5	Mei	5.425	3.595	9.020	15.533	16.505	32.038
6	Juni	4.461	4.070	8.531	19.279	19.355	38.634

7	Juli	15.124	13.988	29.112	25.978	26.579	52.557
8	Agustus	17.369	21.599	38.968	29.444	28.742	58.186
9	September	10.411	9.738	20.149	23.376	26.403	52.779
10	Oktober	8.483	8.374	16.857	21.683	21.730	43.413
11	Nopember	8.338	8.281	16.619	14.211	13.180	27.391
12	Desember	9.271	8.414	17.685	19.182	17.904	37.086
TOTAL		84.556	82.385	166.941	213.098	209.183	422.646

Tabel 2.1. Perbandingan Kunjungan Wisatawan Mancanegara tahun 2022-2023



Gambar 2.1. Diagram Perbandingan Kunjungan Wisatawan Mancanegara tahun 2022-2023

Namun jika dilihat dari statistik kunjungan wisatawan mancanegara yang masuk ke Bali melalui Bandara Ngurah Rai sampai dengan bulan November tahun 2023 telah mencapai lebih dari 4 juta wisatawan, dimana hal ini berarti baru hanya berkisar 10% wisatawan mancanegara yang datang ke Kabupaten Buleleng. Masih banyak peluang pasar wisatawan mancanegara yang dapat digarap agar semakin massiv datang ke Kabupaten Buleleng. Untuk itu perlu dilakukan analisa-analisa terhadap pasar wisatawan mancanegara agar dapat dijadikan pedoman dalam merumuskan kebijakan dan langkah-langkah strategis bidang pemasaran dan penyediaan produk yang berkualitas sesuai dengan harapan wisatawan, khususnya wisatawan mancanegara.

B. ANALISIS WISMAN YANG BERKUNJUNG KE KABUPATEN BULELENG

Sektor Pariwisata merupakan salah satu sektor industri yang tumbuh dengan cepat. Sektor pariwisata sendiri merupakan salah satu penyumbang devisa bagi Negara Indonesia. Pariwisata Indonesia sangatlah maju dan unggul, karena Indonesia sendiri memiliki banyak tempat serta adat dan budaya juga tradisi yang dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Dari informasi Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Bahari (TP2WB) Kementerian Pariwisata, perkembangan sektor pariwisata memperlihatkan adanya kontribusi terhadap penerimaan devisa Indonesia. Berdasarkan informasi dari penerimaan devisa Indonesia yang berasal dari sektor-sektor utama dalam perekonomian, sampai tahun 2024 diproyeksikan sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia di mana tahun 2015–2017 sektor pariwisata cenderung mengalami peningkatan dalam hal pemasok devisa Indonesia dalam pengembangan pariwisata perlu dikaji mengenai wisatawan yang akan dituju yang kelak akan datang ke daerah tujuan wisata. Wisatawan tersebutlah yang menjadi pangsa pasar wisata. Menurut Fandeli (2003:4), pasar pariwisata (*demand*) adalah merupakan pihak yang meminta atau membutuhkan kegiatan berwisata. Oleh karenanya, banyak permintaan yang harus dipenuhi oleh penyedia kegiatan pariwisata. Masih menurut Fandeli, terdapat beberapa unsur penting yang harus dipertimbangkan dalam aspek pasar pariwisata, yaitu Unsur Wisatawan, Aktivitas, Promosi dan *technology*, dan Kelembagaan. Salah satu faktor yang menyebabkan seseorang melakukan kegiatan wisata atau melakukan perjalanan adalah berkaitan dengan kebutuhan, motif dan kepribadian seseorang.

Terdapat faktor pendorong (kebutuhan dan motif) yaitu kebutuhan untuk membebaskan diri, menemukan diri sendiri, istirahat dan relaksasi, *prestige*, keluarga, mencari pengalaman baru, petualang dan tantangan, serta faktor penarik atraksi, yaitu mencakup manusia, tempat dan aktivitas (Arma dalam Fandeli,1995). Sementara menurut Mathiesen dan Wall (dalam Fandeli:1995) tuntutan kebutuhan orang melakukan kegiatan wisata terutama dipengaruhi oleh faktor ekonomi, sosial, dan teknologi, serta termasuk di dalamnya adalah meningkatnya pendapatan dan kemampuan daya beli yang semakin tinggi, keinginan orang melepaskan diri dari tekanan hidup sehari-hari di kota, keinginan mendapatkan perubahan suasana dan memanfaatkan waktu senggang sesudah bekerja,

bertambahnya kemajuan-kemajuan dalam bidang transportasi mengakibatkan perjalanan lebih mudah, cepat dan nyaman, serta kemudahan-kemudahan dalam mobilitas, serta tingkat pendidikan yang lebih tinggi akan meningkatkan pula keinginan orang untuk melihat dan memperoleh pengalaman baru mengenai masyarakat dan tempat yang ingin dikunjungi. Penyediaan obyek dan atraksi wisata (*supply*) harus ada komplementarisasi/kesesuaian dengan pasar pariwisata (*demand*). Selain yang sudah disebutkan di atas hal yang tidak kalah pentingnya dalam segmentasi pasar adalah faktor usia wisatawan, karena faktor usia berpengaruh terhadap pola pikir dan pandangan mereka terhadap jenis wisata yang dipilih untuk mengetahui kebutuhan dan minat wisatawan terhadap suatu kawasan wisata, perlu dilakukan analisis terhadap karakteristik pengunjung.

Adapun karakteristik wisatawan Mancanegara menurut H. Sugiyono (2014).

Nama Negara	Karakter
Cina	<ul style="list-style-type: none"> a) Peningkan nilai dan prinsip. b) Menyukai harga murah dan tidak terlalu mementingkan fasilitas dan pelayanan. c) Banyak bicara/cerewet/ramah sekali dan perbincangan perlu ada timbal balik. d) Sembarang tindakan lebih dikedepankan. e) Menonjolkan peran dan kesan budaya cina. f) Orang cina tergolong tidak sabaran dan gampang marah bila tidak cepat bertindak. g) Lebih menyukai bahasa sendiri daripada Bahasa Inggris. h) Suka bergerombol dalam satu kelompok ramai-ramai. i) Selalu berpikir ekonomis. j) Orang cina sifatnya tertutup, kecuali kepada yang sudah dikenal dan dipercaya
Perancis	<ul style="list-style-type: none"> a) Tertarik pada kebudayaan tradisional, pranata sosial, tarian drama, musik, seni, upacara adat dan keagamaan serta nuansa pedesaan. b) Tertarik belajar dan berkunjung ke atraksi wisata yang spesifik khususnya tempat-tempat arkeologi, candi-candi kuno dan tempat-tempat yang dikomersilkan. c) Suka mencoba pengalaman dan aktivitas baru serit cenderung berpetualang. d) Suka belanja kerajinan tangandan barang-barang antik. e) Tidak mau tergesa-gesa atau ceroboh, selalu berpikir panjang, dan teliti. f) Bersahabat, disiplin, memiliki tingkah laku yang baik, sopan dan

	<p>patuh pada peraturan tetapi mudah kecewa apabila tidak menyukai sesuatu.</p> <p>g) Suka berbicara dengan bahasa Perancis walaupun dapat berbahasa Inggris.</p> <p>h) Cenderung berpakaian sesuai dengan situasinya, bisa rapi sekali/modis, berparfum dan juga terkadang cara berpakaian sangat ekstrim saat dipantai.</p> <p>i) Sangat romantis, kalem, walaupun tradisional tetapi intelektualnya kuat.</p> <p>j) Saat makan ingin menikmati dengan berlama-lama dalam suasana romantis.</p>
Jerman	<p>a) Sopan, terbuka, memiliki tingkah laku yang baik, mengomentari langsung setiap pengalaman mereka.</p> <p>b) Suka belanja souvenir dari batu dan kayu.</p> <p>c) Toleransi pada fasilitas dan pelayanan yang berbeda.</p> <p>d) Keingintahuannya tinggi terhadap sesuatu, bahkan sampai mendetail.</p> <p>e) Suka daerah yang apa adanya, murni dan ingin mengetahui atraksi hingga tuntas.</p> <p>f) Tertarik pada kebudayaan tradisional, upacara keagamaan, tarian, tempat sejarah, pemandangan yang indah dan suka membandingkan kebudayaan tradisional satu dengan yang lainnya.</p> <p>g) Menyukai perjalanan sesama bangsanya, terkadang kurang bisa bergabung dengan bangsa lain.</p> <p>h) Disiplin, teliti, mempunyai organisasi yang baik, komitmen, dan intelek.</p>
Inggris	<p>a) Disiplin, egois, menjaga prestigious atau citra, secara psikologis melayani orang dengan bersahabat tetapi juga mempunyai kepribadian ingin dilayani dengan baik.</p> <p>b) Teliti dalam pengeluaran uang, rapi dan komitmennya tinggi.</p> <p>c) Individualistis dan mandiri, tidak menyukai perjalanan berkelompok atau grup, lebih menyukai perjalanan sendiri.</p> <p>d) Hangat, Sopan, mempunyai tingkah laku yang baik dan menjaga hubungan persahabatan.</p> <p>e) Kurang terbuka seperti orang Eropa lainnya dan mempunyai kepribadian yang kuat.</p> <p>f) Tertarik budaya tradisional dan karakteristiknya menyukai pantai serta alam yang indah.</p> <p>g) Tidak suka privasinya diganggu.</p>
Italia	<p>a) Terbuka, komunikatif, romantis, ekspresif, agak cerewet khususnya jika sudah kenal.</p> <p>b) Kurang disiplin dan sulit ditangani tetapi mereka mudah beradaptasi dengan keadaan setempat artinya terbuka dan</p>

	<p>bersahabat.</p> <p>c) Menyukai tempat-tempat mewah tetapi sedapat mungkin harganya murah, bisa ditawar untuk hemat.</p> <p>d) Menyukai kebudayaan tradisional dan seni serta pemandangan alam yang romantis seperti palm beach.</p>
Belanda	<p>a) Perhatian sekali terhadap kesehatan dan sanitasi, khususnya makanan dan minuman.</p> <p>b) Hubungan sejarah yang kuat, suka mengunjungi tempat-tempat bernostalgia seperti keluarga yang dahulu tinggal dan bekerja di perkebunan ataupun makam nenek moyangnya. Semua ini informasinya didapat dari sejarah yang dia pelajari dari sekolahnya.</p> <p>c) Suka informasi yang spesifik dan akurat, tapi kecewa apabila informasi tersebut tidak benar.</p> <p>d) Disiplin, taat peraturan, bersahabat, suka humor tetapi tidak selalu terbuka, terus terang dalam memberikan komentar dan reaksi.</p> <p>e) Sangat tertarik dengan bentuk-bentuk kebudayaan dan pemandangan alam yang indah serta perkembangan-perkembangan yang terjadi.</p> <p>f) Suka melihat bangunan-bangunan bersejarah tentang masa lalu Belanda di Indonesia.</p>
Amerika	<p>a) Menyukai fasilitas dan pelayanan standar kualitas tinggi</p> <p>b) Menyukai aspek kebudayaan tradisional seperti tarian, upacara adat dan upacara keagamaan</p> <p>c) Menyukai pemandangan alam yang indah, termasuk pantai dan tertarik dengan bentuk perkembangan yang terjadi</p> <p>d) Tidak menyukai perjalanan kaki jauh suka perjalanan dekat dan berpindah-pindah</p> <p>e) Bersahabat, sopan, bertingkah laku baik, sedikit formal, jujur, terbuka langsung dalam mengekspresikan pendapat dan reaksi tentang apa saja tanpa memandang perbedaan status</p> <p>f) Suka pengalaman baru, bentuk informasi terbaru dan akurat, bersahabat, toleran, mudah beradaptasi, humoris, terbuka sedikit kasar, serta suka bersosialisasi dengan penduduk setempat walaupun terkadang juga banyak yang egois maupun individualistis</p> <p>g) Menerima dan menyukai fasilitas dan pelayanan yang sederhana, murah meriah, seadanya dan sering pindah-pindah dengan melakukan perjalanan sendiri</p> <p>h) Menyukai kebudayaan desa dan aktivitas pantai yang tradisional serta aktivitas dunia malam seperti diskotik.</p>
Australia	<p>a) Terbuka, arogan, egois, dan terkadang sulit ditangani tetapi terkadang mereka juga bersahabat</p> <p>b) Tidak terlalu suka dengan banyak aturan(lebih menyukai kebebasan)</p>

	<ul style="list-style-type: none"> c) Menyukai harga murah meriah dan tidak terlalu mementingkan kemewahan fasilitas dan pelayanan d) Ceroboh dan sembarang tindakan lebih dikedepankan dan cara berpakaian terkadang sangat ekstrim e) Menyukai pantai dan kebudayaan tradisional f) Menyukai perjalanan secara individu (backpacker) dan kurang menyukai berkelompok g) Pemuda Australia sangat menyukai kehidupan malam seperti club.
Jepang	<ul style="list-style-type: none"> a) Melakukan perjalanan kelompok dan sangat takut kalau lepas dari grupnya. b) Disiplin, komitmen terhadap janji dan jadwal, orang Jepang tertutup dia tidak mudah percaya dengan orang yang belum dia pahami, bila sekali saja tidak dapat kepercayaan maka susah untuk percaya lagi. c) Menyukai masakan Jepang dan Eropa. d) Suka belanja kerajinan tangan, barang tradisional. e) Tertarik pada sesuatu yang unik dan suka difoto serta suka kehidupan malam. f) Suka fasilitas dan pelayanan standar tinggi yang ditangani langsung oleh orang-orang Jepang sendiri, atau paling tidak ada karyawan yang mau menggunakan bahasa Jepang. g) Tidak pernah langsung mengemukakan kekecewaan atau kemarahan selalu mengikuti saja, namun kekecewaan dilampiaskan lewat tulisan setelah kembali ke negaranya.
Singapura	<ul style="list-style-type: none"> a) Karakter orang Singapura seperti karakter orang Cina modern. b) Disiplin, walaupun orangnya kecil tetapi tegas dan berkomitmen tinggi. c) Suka judi, club, dan suka d) Menyukai fasilitas dan pelayanan sederhana, sangat tertarik dengan atraksi alam, dan keunikan modernisasi.
Malaysia	<ul style="list-style-type: none"> a) Daya belinya termasuk rendah dan tidak terlalu tertarik untuk belanja. b) Mudah ditangani dalam perjalanan, tetapi harus disiplin. c) Fasilitas dan akomodasi cukup sederhana, makanan Padang termasuk favoritnya. d) Sangat tertarik Akan keindahan.

B.1. Kunjungan Wisatawan Mancanegara Tahun 2023

No.	Nama DTW	Tahun 2023											
		Bulan											
		Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
1	Taman Nasional Bali Barat	1352	898	850	575	1353	2009	1272	2811	2463	2240	1697	1732
2	Pura Jaya Prana	7	6	8	43	20	17	23	42	26	3	1	0
3	Taman Laut P. Menjangan	0	0	247	245	323	325	527	1037	930	487	214	243
4	Air Panas Banyuwedang	55	368	150	160	478	176	231	240	149	144	161	336
5	Pura Pulaki	114	126	138	459	383	424	933	965	653	538	224	335
6	Taman Laut Pemuteran	0	215	190	92	485	469	558	606	414	290	224	261
7	Pura Batu Kursi	0	86	99	127	197	147	232	296	183	109	65	65
8	Air Panas Banjar	770	521	863	1259	1488	1868	2879	1993	1744	1454	1637	1840
9	Brahma Wihara Arama	1922	2372	2737	3858	4901	4282	8186	9569	7199	5822	2950	2653
10	Air Terjun Melanting	0	299	489	1891	2610	2292	4660	4899	3710	2968	1278	884
11	Danau Tamblingan	87	94	162	291	425	647	968	795	750	517	335	156
12	Krisna Funtastic Land	126	100	78	18	28	43	85	176	220	113	61	91
13	Krisna Water Sport	0	126	74	95	101	120	155	250	203	134	48	100
14	Danau Buyan	0	0	0	0	0	0	0	30	0	0	0	0
15	Air Terjun Banyumala	4221	3659	3757	3408	3643	5752	6669	8462	8155	6274	2805	3166
16	Air Terjun Gitgit	0	111	97	182	418	485	562	668	429	331	236	270
17	Air Terjun Jembong	60	95	105	45	57	31	0	0	0	37	24	47
18	Air Terjun Aling-Aling	0	3265	3331	4729	4386	7755	7946	8430	9258	8092	5216	5543
19	Krisna Adventure	33	28	38	16	50	647	39	67	236	221	177	174
20	Air Terjun Puncak Manik	474	146	146	328	364	403	401	468	609	1550	972	1238
21	Air Terjun Banyuwana Amerta	660	1126	1126	2021	3066	3675	3858	4944	4271	2480	2006	2855
22	Gedong Kertya	21	410	116	41	19	14	67	52	60	49	43	161

ANALISA PASAR PARIWISATA

Tahun 2023

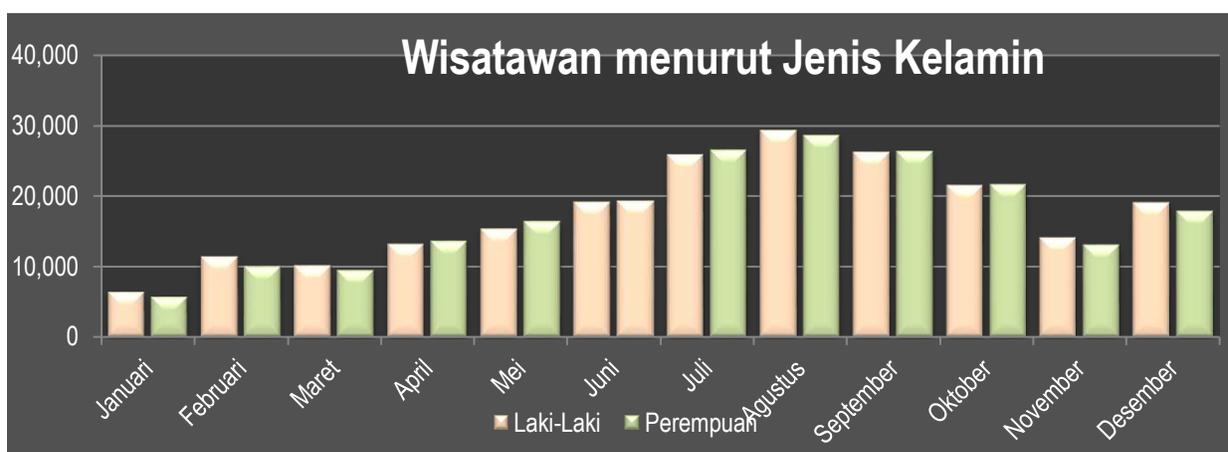
23	Museum Buleleng	0	17	12	5	27	14	39	26	7	13	23	116
24	Eks. Pelabuhan Buleleng	125	452	256	248	380	458	394	454	374	444	296	402
25	Pantai Lovina	1631	2513	2563	4338	3806	3803	7505	6408	6141	5958	4706	12032
26	Pantai Penimbangan	0	35	16	165	32	13	11	16	18	21	23	43
27	Puri Buleleng	0	0	0	0	0	14	0	0	0	0	0	0
28	Puri Kanganan	0	110	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
29	Lingkungan Pura Beji	203	466	458	572	890	1084	1791	2619	1621	1278	730	345
30	Air Terjun Sekumpul	0	728	747	1085	1239	1200	1555	518	1384	1000	641	362
31	Lingkungan Pura Meduwe Karang	42	102	120	365	465	376	546	812	719	382	160	184
32	Kolam Renang Air Sanih	20	30	40	51	40	55	86	132	103	70	65	113
33	Air Terjun Yeh Mampeh Les	234	231	265	301	0	36	379	401	386	394	373	322
34	Taman Laut Desa Les	0	0	0	0	364	0	0	0	364	0	0	0
	CRUISE SHIP	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	MV. SEVEN SEAS EXPLORER	0	630	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1017
2	MV. OCEAN ODYSSEY	0	247	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	STAR BREEZE	0	121	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	MS. WESTERDAM	0	1881	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5	Seven Seas Mariner	0	0	500	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	Genting Dream	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		12.157	21.614	19.778	27.013	32.038	38.634	52.557	58.186	52.779	43.413	27.391	37.086
TOTAL KESELURUHAN		422.646											

B.2. Jenis Kelamin

Jenis kelamin wisatawan cenderung menentukan jenis dan pilihan dalam melakukan perjalanan. Kecenderungan wisatawan perempuan lebih detail dalam menilai dan menentukan pilihan mereka dibandingkan wisatawan laki-laki. Secara lebih rinci penggolongan Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng jenis kelamin data disajikan seperti pada table dan diagram berikut :

No.	Bulan	Laki-laki	Perempuan
1	Januari	6.440	5.717
2	Februari	11.535	10.079
3	Maret	10.287	9.491
4	April	13.337	13.676
5	Mei	15.533	16.505
6	Juni	19.279	19.355
7	Juli	25.978	26.579
8	Agustus	29.444	28.742
9	September	26.376	26.403
10	Oktober	21.683	21.730
11	November	14.211	13.180
12	Desember	19.182	17.904
	TOTAL	213.285	209.361

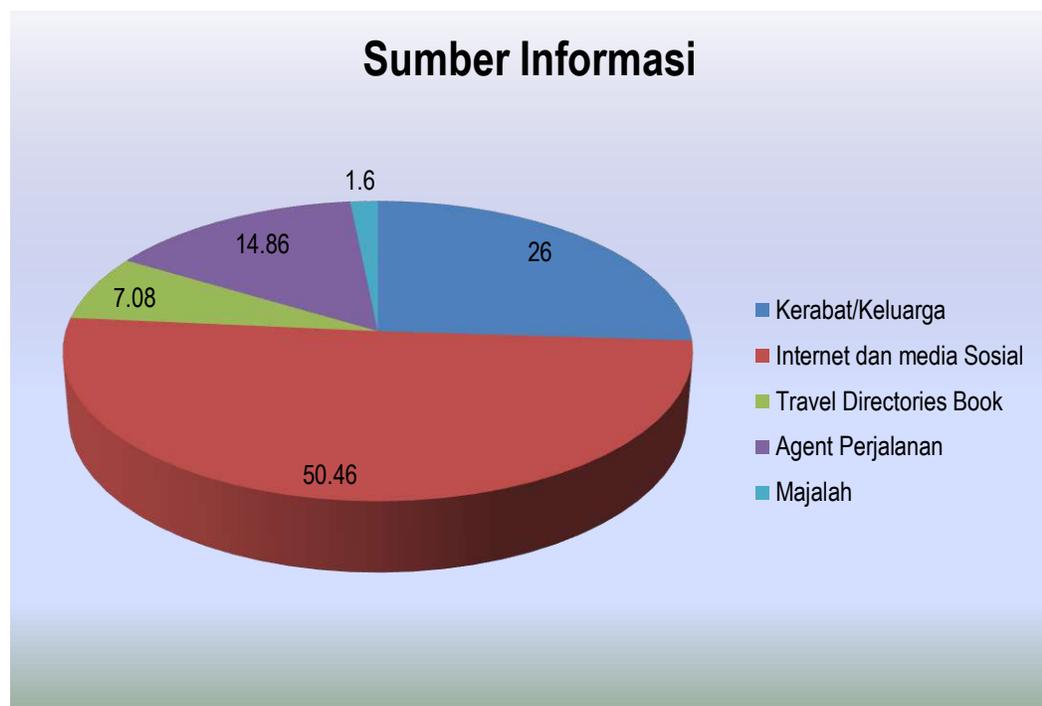
Tabel 2.2. Tabel Kunjungan Wisman menurut Jenis Kelamin



Gambar. 2.1. Diagram Wsiman menurut Jenis Kelamin

B.3. Sumber Informasi

Sumber informasi sangatlah penting untuk menentukan tujuan daerah wisata. Kita bisa mendapatkan segala informasi dan pengetahuan daerah wisata sebelum kita berpergian ke daerah tersebut. Hal ini berguna untuk lebih memahami dan mengetahui tempat-tempat yang nantinya kita kunjungi. Sumber informasi dapat kita peroleh dari berbagai media, misalnya media elektronik baik radio, televisi atau lainnya. Informasi juga bisa diperoleh melalui media internet ataupun koran atau brosur. Informasi yang mungkin lebih terpercaya adalah informasi yang diperoleh dari keluarga, kerabat, atau teman yang sebelumnya sudah melakukan kunjungan ke daerah wisata yang akan kita kunjungi. Berdasarkan jenis sumber informasi, Wisman berkunjung ke Kabupaten Buleleng kebanyakan mereka mendapatkan informasi berasal dari informasi internet mencapai 50,46%, informasi dari keluarga atau teman mencapai 26%, melalui biro perjalanan mencapai 14,86%, melalui Travel Directories Book mencapai 7,08%, dan yang terendah sumber informasi majalah mencapai 1,60%. Rincian Wisman yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng berdasarkan jenis sumber informasi dapat dilihat pada Diagram berikut :



Gambar 2.2. Diagram Sumber Informasi bagi Wisman

B.4. Rata-rata Pengeluaran

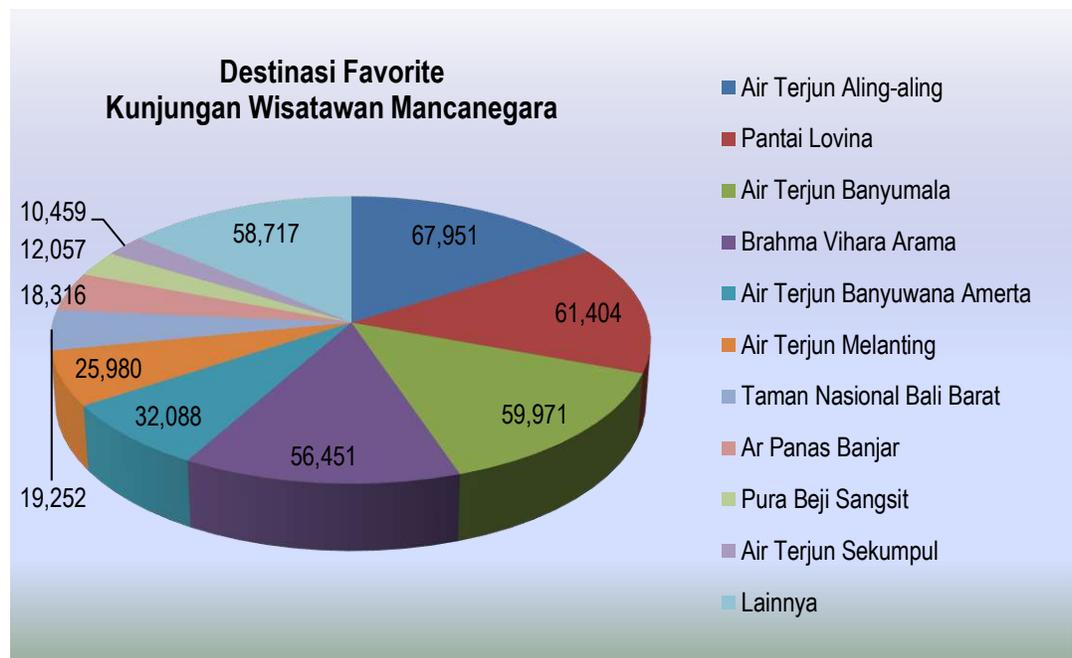
Berdasarkan jumlah pengeluaran selama melakukan kunjungan ke Kabupaten Buleleng sebanyak 34,78% wisatawan dengan rata-rata jumlah pengeluaran 2-4 juta rupiah, kemudian jumlah pengeluaran di bawah 2 juta rupiah mencapai 21,30%, antara 4-6 juta rupiah (17,58%), antara 6-8 juta rupiah (11,47%), antara 8-10 juta rupiah sebesar 8,11%, dan rata-rata jumlah pengeluaran diatas 10 juta rupiah (6,76%).

B.5. Tempat Wisata Favorit

Berdasarkan atas lokasi favorit tempat berkunjung, Wisnus yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng secara signifikan banyak memanfaatkan waktu di Air Terjun Aling-aling (16,08%), Pantai Lovina (14,53%), Air Terjun Banyumala (14,19%), Brahma Vihara Arama (13,36%), Air Terjun Banyuwana Amerta (7,59%), Air Terjun Melanting (6,15%), Taman Nasional Bali Barat (4,56%), Air Panas Banjar (4,33%), Pura Beji Sangsit (2,85), Air Terjun Sekumpul (2,47) dan destinasi lainnya (13,89%). Rincian Wisman yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng berdasarkan lokasi favorit berwisata dapat dilihat pada diagram berikut :

No	Destinasi Favorite	Jumlah	Presentase
1	Air Terjun Aling-aling	67.951	16.08
2	Pantai Lovina	61.404	14.53
3	Air Terjun Banyumala	59.971	14.19
4	Brahma Vihara Arama	56.451	13.36
5	Air Terjun Banyuwana Amerta	32.088	7.59
6	Air Terjun Melanting	25.980	6.15
7	Taman Nasional Bali Barat	19.252	4.56
8	Ar Panas Banjar	18.316	4.33
9	Pura Beji Sangsit	12.057	2.85
10	Air Terjun Sekumpul	10.459	2.47
11	Lainnya	58.717	13.89
	TOTAL	422.646	100.00

Tabel.2.3. Tabel Destinasi Favorit Kunjungan Wisman



Gambar 2.4. Diagram Destinasi Favorit Kunjungan Wisman

B.6. Aktivitas Wisata

Wisman yang berkunjung ke Kabupaten Buleleng berdasarkan aktivitas wisatanya, secara signifikan mereka lebih banyak mengunjungi tempat wisata alam (Air Terjun), wisata keluarga di Lovina kemudian dilanjutkan dengan wisata spiritual, aktivitas wisata tirta (Snorkeling).

B.7. Yang Disukai Selama di Kabupaten Buleleng

1. Keindahan Daya Tarik Wisata secara umum.
2. Harga makanannya murah.
3. Pantainya Indah.
4. Keanekaragaman Makanan/Kuliner Tradisional khas Kabupaten Buleleng.
5. Tari tradisionalnya, tempat belanja & harga-harganya murah.
6. Keindahan Pantai dan Susnset yang Eksotis serta Lumba-lumba di Lovina.
7. Diving di Pemuteran & Pulau Menjangan.
8. Dapat menikmati pemandangan yang indah, bersih, lestari, dan damai.

9. Toleransi beragama, keramahan penduduknya, adat-istiadanya.
10. Alam sebagian besar masih asli.
11. Berekreasi di pantai Penimbangan.
12. Daerah Buleleng secara umum tidak terlalu ramai dan padat.
13. Semua Air terjunnya indah.
14. Tempat objeknya tidak terlalu jauh dari segi jarak tempuh.
15. Kebersihan dan kerapihan Taman.

B.8. Hal-hal yang Tidak Disukai

1. Akses menuju destinasi banyak yang rusak.
2. Tempat berbelanja (*Supermarket*) masih sedikit.
3. Kendaraan umum dan taksi yang masih sangat terbatas.
4. Kendaraan *online* juga masih terbatas.
5. Terdapat pengemis pada beberapa tempat – tempat tertentu.
6. Masih banyak ada sampah di area obyek daya tarik wisata.
7. Masih terdapat kawasan objek daya tarik Wisata yang kurang terawat (toilet, tempat duduk) yang masih banyak rusak.
8. Masih sering terjadi keributan saat ada event

B.9. Rekomendasi

1. Agar dapat terus dilaksanakan pembenahan dan peningkatan kualitas infrastruktur transportasi seperti jalan, jembatan, lampu penerangan jalan dan lainnya.
2. Agar dapat segera direalisasikan bersama Pemerintah Provinsi dan Pemerintah Pusat terkait pembangunan Bandara International Buleleng (BIB) dan Pelabuhan Laut Internasional untuk kapal pesiar sebagai upaya menambah pintu masuk bagi pengunjung dan wisatawan.
3. Agar hendaknya terus mengintensifkan pengenalan karakteristik pasar wisatawan Australia, India dan Inggris secara mendalam, selain wisman Eropa lainnya yang dijadikan target pasar pariwisata Kabupaten Buleleng.
4. Pemkab Buleleng melalui instansi terkait agar dapat terus melaksanakan promosi wisata ke luar negeri seperti ITB Berlin dan WTM London serta kegiatan Table Top

lainnya, agar terjadi sinergisitas antara penyiapan dan pembangunan Buleleng sebagai destinasi wisata dan upaya promosinya.

5. Pemkab Buleleng secara bersinergi perlu melakukan publikasi Buleleng secara berkelanjutan melalui media-media sosial, elektronik dan cetak, mengingat hasil penelitian menunjukkan wisatawan mancanegara sebagian besar mengetahui Buleleng dari media ini.
6. Terus menguatkan aplikasi unsur-unsur “SAPTA PESONA” (Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah dan Kenangan) guna memberikan kenyamanan kepada para wisatawan.
7. Terus menguatkan Pariwisata yang Berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan Prinsipnya adalah 3P, yakni *People, Planet, Prosperity*, atau pemberdayaan masyarakat, kelestarian alam, dan peningkatan kesejahteraan.
8. Sedari saat ini harus sudah mulai menyiapkan *Tagline* yang mengena dan bisa mendunia seperti: “Buleleng : *Enjoy The Difference*” dan harus diaplikasikan oleh seluruh Stakeholders terkait.
9. Kegiatan pada Calendar Event Tahunan yang konsisten dan tepat waktu agenda kegiatannya pada setiap Desa atau Atraksi Wisata.
10. Agar dapat menguatkan kembali nilai kesejarahan Singaraja yang pernah menjadi Ibu Kota Sunda Kecil, termasuk juga yang ada di dalamnya yaitu Heritage Bung Karno.
11. Transportasi Publik harus diperkuat *grand design* nya; Taxi, Mini Bus/Bemo, Dokar/ dalam kota, akses timur ke barat dan utara ke selatan.
12. Unsur kebersihan dan kenyamanan bagi Wisman harus terus ditingkatkan untuk menguatkan aura Buleleng sebagai destinasi wisata Nyegara Gunung.
13. Seluruh OPD agar satu suara dan satu gerak dalam mendukung pengembangan sektor pariwisata yg terintegrasi dengan sektor pertanian, sehingga pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan mendapatkan perhatian lebih dan menjadi tanggung jawab bersama, tidak hanya tanggung jawab Dinas Pariwisata.
14. Anggaran kegiatan promosi agar dapat terus ditingkatkan secara signifikan, sehingga dapat menunjang langkah strategi promosi yang tepat sasaran, tepat guna, efektif dan efisien.

15. Terus memperkuat kualitas Sumber Daya Manusia Dinas Pariwisata melalui pendidikan pelatihan keterampilan berbahasa asing utamanya bahasa Inggris, keterampilan *hospitality*, keterampilan kepromosian, keterampilan keadministrasian, *product knowledge* kepariwisataan Buleleng dan lainnya.
16. Agar mendorong percepatan capaian jumlah Sertifikasi CHSE (Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability) pada Objek Daya Tarik Wisata (ODTW), Desa Wisata, Hotel, Restaurant, Bar dan Industri Pariwisata lainnya, termasuk konsistensi implementasi dari CHSE tersebut.
17. Seluruh OPD terkait dan stakeholder untuk terus bersama-sama mengontrol protokol kesehatan masyarakat utamanya pada wilayah destinasi pariwisata.
18. Dinas Pariwisata bersama Stake Holder terkait agar dapat menangkap peluang dari persiapan hingga penyelenggaraan event-event berskala nasional dan internasional di Bali melalui promosi dan penawaran atraksi-atraksi serta paket-paket wisata di Kabupaten Buleleng, bagi delegasi-delegasi yang berjumlah ribuan tersebut nantinya.
19. Dinas Pariwisata agar dapat mulai memetakan lebih rigid atau detail terkait green zone yang nantinya bisa diperluas di Buleleng selain untuk wilayah Pemuteran, Munduk dan Lovina bisa ditarik lagi ke wilayah timur Tejakula dan sekitarnya.
20. Program *Work From Bali* agar didorong juga bisa dinikmati di Kabupaten Buleleng melalui penyiapan fasilitas dan sarana pendukung baik itu akomodasi dan jaringan internet sebagai pendukung utama di seluruh pelosok wilayah.
21. Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Buleleng agar semakin diperkuat dalam koridor mendukung kebijakan Kementerian Pariwisata dan sebagai peluang pengembangan ekonomi kerakyatan yaitu membangun dari desa, baik itu dari sisi penguatan kualitas dan kuantitasnya. Namun diperlukan juga evaluasi eksistensi dari Desa Wisata yang ada, agar tidak hanya sebatas menyandang status sebagai Desa Wisata namun nihil program dan operasional kepariwisataan.
22. Pemkab Buleleng agar terus memperkuat peran Organisasi Kepariwisata seperti PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) dan BPPD (Badan Promosi Pariwisata Daerah) dalam membantu peran-peran kepromosian ke Luar Negeri dengan menjelajah potensi Negara-Negara yang belum terjamah.

23. Keberadaan ODTW (Objek Daya Tarik Wisata) agar terus terevaluasi secara tertib, sehingga 86 ODTW yang ada di Kabupaten Buleleng tidak hanya sebatas sebagai status namun benar-benar beroperasi dan dikelola secara maksimal, efisien dan efektif. Indikator keberhasilan Tata Kelola dapat dilihat dari: SDM (Sumber Daya Manusia), SDF (Sumber Daya Fasilitas), Manajemen Pengelolaan, Produk/ Luaran yang berkualitas. Jadi bukannya tidak mungkin status sebagai ODTW bisa dicabut apabila tidak terdapat eksistensi dan standar pengelolaan yang memadai.
24. Agar dapat terus diproyeksikan alternatif-alternatif destinasi atau atraksi ke depannya yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
25. Kepariwisata Kabupaten Buleleng harus dapat memposisikan diri berbeda dengan wilayah lainnya, atau melakukan Diferensiasi Produk sehingga keunggulan dapat terwujud dari perbedaan produk-produk wisata yang ditawarkan.
26. Penguatan secara terus menerus Kepariwisata yang berkualitas, dengan penekanan indikator capaian tidak hanya pada sisi jumlah kunjungan Wisatawan atau Kuantitas namun penekanan utamanya pada sisi Kualitas Wisatawan yang datang berwisata, adapun indikator baku dari *Quality Tourists* tersebut adalah: LOS (*Length Of Stay*) atau Lama Tinggal yang panjang, *Expenditure/* tingkat pengeluaran yang besar, *Repeatable* atau datang berulang kembali, jadi walaupun jumlah kunjungan tidak besar namun Wisatawan yang datang adalah yang benar-benar berkualitas.
27. Dengan banyaknya terdapat Lembaga Perguruan Tinggi baik Negeri maupun Swasta di Kabupaten Buleleng dapat juga menjadi sebuah potensi pengembangan wisata berbasis Edukasi dengan penguatan kerja sama kelembagaan yang erat bersama Perguruan Tinggi yang ada, termasuk juga menakar dan menangkap peluang potensi kehadiran Civitas Akademika (Dosen, Mahasiswa, Staf/ Pegawai, Peneliti, Pengabdian dan lainnya) dari Lembaga Perguruan Tinggi luar daerah yang frekwensinya cukup tinggi ke Buleleng.
28. Ke depannya Lovina sebagai sebuah Destinasi utama dapat digarap secara maksimal sebagai sebuah Destinasi Super Prioritas di Kabupaten Buleleng dari sisi Fasilitas utama dan Infrastruktur pendukungnya, yang nantinya dapat menjadi *Main Trigger* pengembangan destinasi lainnya.

Demikian laporan hasil Analisa Pasar Pariwisata pada Tahun 2023 yang telah dilaksanakan dengan penuh tanggung jawab, sesuai dengan target dan sasaran kinerja yang tertuang dalam perjanjian kerja Tahun 2023. Tentu dalam penyampaian laporan hasil kegiatan ini tidak luput dari kekurangan baik dalam isi maupun penulisan, untuk itu mohon perkenan Bapak Kepala Dinas Pariwisata memberikan arahan dan masukan untuk penyempurnaan dan persiapan kegiatan bulan berikutnya. Atas perhatian Bapak kami sampaikan terimakasih.

Singaraja, 27 Desember 2023

Kepala Bidang Pemasaran
Dinas Pariwisata Kabupaten Buleleng,



Agus Widya Suputra, SE., MAP.