

Studi Analisis

Potensi Pasar Wisatawan Nusantara

Studi Kasus: Bali

RINGKASAN LAPORAN AKHIR



Rektorat
Pelayanan

KEMENTERIAN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA



KELOMPOK PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN
L P P M - I T B

Studi Analisis
Potensi Pasar Wisatawan Nusantara

STUDI KASUS : BALI

RINGKASAN LAPORAN AKHIR
Oktober 2003

KEMENTERIAN KEBUDAYAAN DAN PARIWISATA



bekerja sama dengan

KELOMPOK PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN
L P P M - I T B



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR TABEL.....	iv
DAFTAR GAMBAR	v
 BAB 1 PENDAHULUAN	 1 - 1
1.1 Latar Belakang.....	1 - 1
1.2 Tujuan dan Sasaran Studi	1 - 1
1.3 Lingkup Wilayah dan Materi Studi	1 - 2
 BAB 2 METODA PENDEKATAN STUDI	 2 - 1
2.1 Kerangka Berpikir	2 - 1
2.2 Kerangka Kerja.....	2 - 1
2.3 Sistematika Analisis Data Kuantitatif.....	2 - 1
 BAB 3 PEROLEHAN DATA DAN INFORMASI	 3 - 1
3.1 Perolehan Data Kuantitatif	3 - 1
3.1.1 Perolehan Kuesioner Pelaku Perjalanan	3 - 1
3.1.2 Perolehan Kuesioner Pengunjung Objek Wisata	3 - 2
3.1.3 Perolehan Kuesioner Tamu Hotel.....	3 - 4
3.2 Perolehan Data Kualitatif	3 - 5
 BAB 4 PROGRAM PENGEMBANGAN PARIWISATA NUSANTARA DAN PROMOSI PARIWISATA BALI.....	 4 - 1
4.1 Program Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali.....	4 - 1
4.2 Informasi dan Program Promosi	4 - 2
 BAB 5 KARAKTERISTIK RESPONDEN WISATAWAN NUSANTARA DI BALI	 5 - 1
5.1 Karakteristik Sosio-Eko-Demografis.....	5 - 1
5.2 Karakteristik Pola Perjalanan Wisata	5 - 1
5.3 Objek-objek Wisata di Bali yang Digemari Wisatawan Nusantara	5 - 4
5.4 Penilaian Terhadap Kondisi Kepariwisataaan Bali	5 - 4
5.5 Rencana Berwisata	5 - 5
 BAB 6 KARAKTERISTIK WISATAWAN NUSANTARA DI BALI BERDASARKAN SEGMENTASI TERTENTU	 6 - 1
6.1 Segmentasi Berdasarkan Jenis Rombongan	6 - 1
6.2 Segmentasi Berdasarkan Usia.....	6 - 3
6.3 Segmentasi Berdasarkan Waktu Kunjungan.....	6 - 6
6.4 Segmentasi Geografis	6 - 8
 BAB 7 KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	 7 - 1
7.1 Kesimpulan Analisis Kualitatif.....	7 - 1
7.2 Kesimpulan Analisis Kuantitatif.....	7 - 2
7.3 Isu-isu Strategis Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali.....	7 - 3
7.4 Rekomendasi bagi Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali	7 - 4

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Distribusi Target dan Perolehan Responden Pengunjung Objek Wisata Saat <i>Peak Season</i>	3 - 3
Tabel III.2 Distribusi Target dan Perolehan Responden Pengunjung Objek Wisata Saat <i>Low Season</i>	3 - 4
Tabel III.3 Distribusi Target dan Perolehan Responden Tamu Hotel Selama <i>Peak Season</i> Berdasarkan Kategori Hotel	3 - 4
Tabel V.1 Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Sebagian Besar Responden Wisatawan Nusantara di Bali	5 - 1
Tabel V.2 Karakteristik Pola Perjalanan Wisata Sebagian Besar Responden Wisatawan Nusantara di Bali.....	5 - 2
Tabel V.3 Penilaian Responden Terhadap Kondisi Kepariwisata di Bali	5 - 5
Tabel VI.1 Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Jenis Rombongan.....	6 - 1
Tabel VI.2 Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Jenis Rombongan	6 - 2
Tabel VI.3 Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Usia.....	6 - 4
Tabel VI.4 Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Usia	6 - 4
Tabel VI.5 Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Waktu Kunjungan	6 - 6
Tabel VI.6 Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisata Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Waktu Kunjungan.....	6 - 7
Tabel VI.7 Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Geografis	6-10
Tabel VI.8 Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara di Bali Berdasarkan Segmentasi Geografis	6-11
Tabel VII Indikasi Kebijakan, Strategi, dan Program Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali.....	7-5

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lingkup Materi Studi	1 - 2
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	2 - 2
Gambar 2.2 Kerangka Kerja.....	2 - 3
Gambar 2.3 Kerangka Analisis	2 - 4
Gambar 3.1 Proses Pemilihan Responden di Objek-Objek Wisata Di Bali	3 - 2
Gambar 4.1 Distribusi Responden Pelaku Perjalanan Saat <i>Peak Season</i>	4 - 1
Gambar 4.2 Distribusi Responden Pelaku Perjalanan Saat <i>Low Season</i>	4 - 2
Gambar 4.3 Distribusi Total Responden Pelaku Perjalanan.....	4 - 2
Gambar 6.1 Objek-Objek Wisata di Bali yang Digemari Wisatawan Nusantara	6 - 4
Gambar 6.2 Distribusi Responden Berdasarkan Rencana Berwisata	6 - 5
Gambar 6.3 Distribusi Responden yang Telah Menyiapkan Kebutuhan Berwisata.....	6 - 6

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bali adalah daerah tujuan wisata yang populer baik bagi wisatawan mancanegara maupun nusantara. Sebagai ikon pariwisata Indonesia, bahkan dunia, Bali telah memberikan kontribusi terhadap pembangunan pariwisata Indonesia sebesar 30% dari pendapatan sektor pariwisata nasional.

Kejadian bom di Bali bulan Oktober 2002 yang lalu memberi pengaruh yang sangat besar bagi kepariwisataan di Bali maupun Indonesia. Tidak hanya pasar wisman yang merosot tajam, namun juga wisnus terkena dampaknya, meskipun diperkirakan pasar wisnus akan lebih cepat pulih.

Perhatian pemerintah, bahkan dunia internasional, diberikan bagi program pemulihan dampak kejadian tersebut dalam beragam bentuk di berbagai bidang terkait. Dunia kepariwisataan di Bali harus terus hidup demi pemulihan citra pariwisata Indonesia. Salah satu langkah yang sangat strategis untuk mewujudkannya adalah dengan memanfaatkan potensi pasar wisnus di Pulau Bali.

Pada dasarnya, potensi pasar wisnus di Indonesia adalah penduduk Indonesia itu sendiri. Jumlah penduduk Indonesia berdasarkan hasil sensus penduduk pada tahun 2000 mencapai 206.264.595 jiwa (www.bps.go.id). Angka tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar wisatawan nusantara (wisnus) di Indonesia saat ini sangat besar.

Potensi pasar wisnus di Indonesia perlu dioptimalkan. Potensi pasar wisnus perlu diidentifikasi dan dianalisis dengan tepat. Karakteristik wisnus yang khas, termasuk pola perjalanannya, akan menjadi pertimbangan dalam penyusunan arahan kebijakan dan program pengembangan kepariwisataan nusantara.

1.2 Tujuan dan Sasaran Studi

Tujuan studi: menghasilkan gambaran karakteristik potensi pasar wisatawan nusantara di Pulau Bali sebagai daerah tujuan wisata utama di Indonesia.

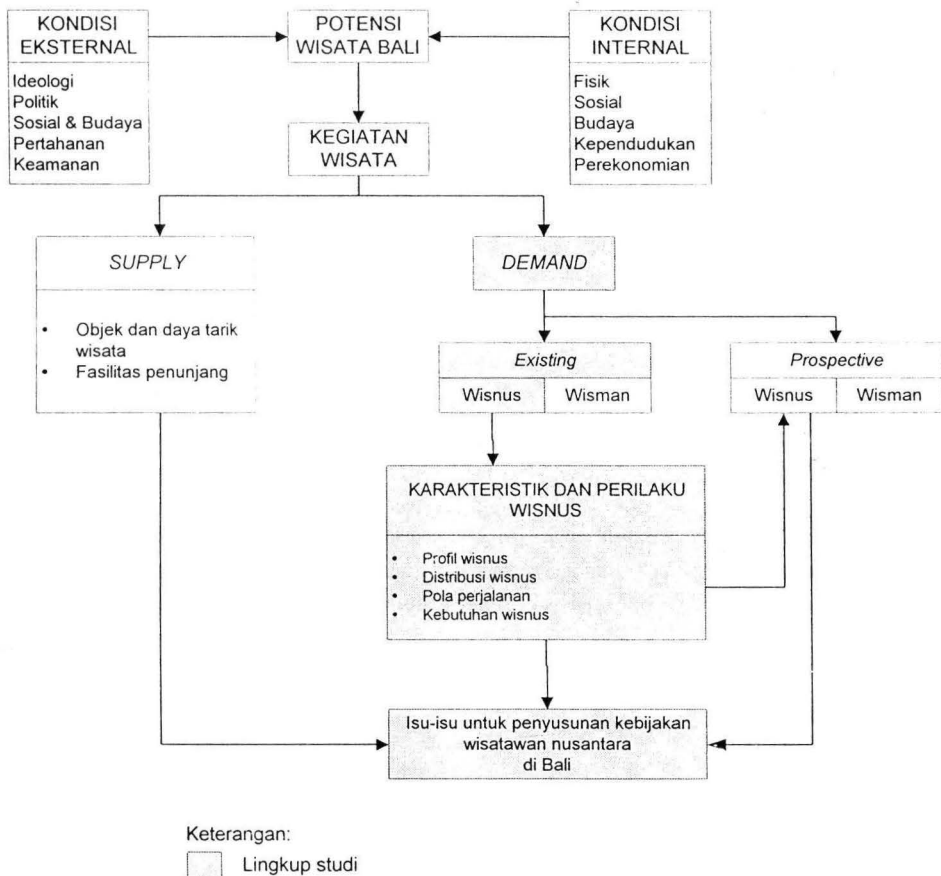
Sasaran studi adalah:

1. Mengidentifikasi profil wisatawan nusantara di Pulau Bali yang mencakup karakteristik sosio-eko-demografis wisnus dan karakteristik perjalanan wisatanya.
2. Mengidentifikasi preferensi wisatawan nusantara terhadap produk wisata di Pulau Bali.
3. Menganalisis keterkaitan karakteristik sosio-eko-demografis wisnus dengan pola perjalanan wisata dan preferensinya serta keterkaitan antar karakteristik pola perjalanan wisnus.
4. Menganalisis keterkaitan karakteristik pada butir 3) dengan kebijakan pariwisata yang terkait dengan wisatawan nusantara dan pengembangan pariwisata di Bali.

5. Membuat kesimpulan tentang karakteristik pasar wisatawan nusantara di Bali berdasarkan hasil analisis butir 3) dan 4).
6. Menghasilkan sintesa berupa hal-hal (*issues*) potensial dan strategis untuk perumusan kebijakan pengembangan pariwisata bagi wisatawan nusantara, sekaligus percepatan pemulihan pariwisata di Pulau Bali dengan memanfaatkan potensi wisatawan nusantara yang telah diidentifikasi sebelumnya.

1.3 Lingkup Wilayah dan Materi Studi

Studi analisis potensi pasar wisatawan nusantara ini dilakukan terhadap wisatawan nusantara yang berwisata di wilayah Propinsi Bali. Lingkup materi studi didiagramkan pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Lingkup Materi Studi

BAB 2

METODA PENDEKATAN STUDI

2.1 Kerangka Pemikiran Studi

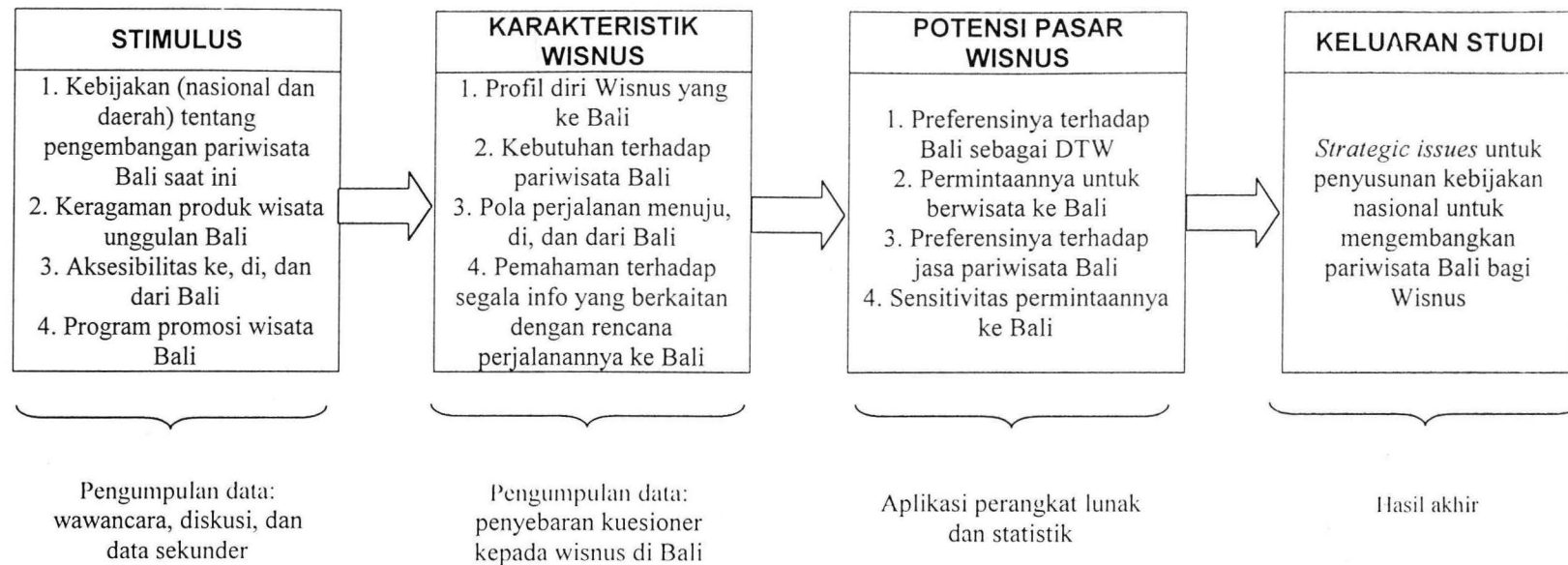
Pendekatan yang digunakan untuk dapat menggambarkan potensi pasar wisnus Bali adalah dengan melihat karakteristik wisnus yang berwisata ke Bali saat ini, serta persepsi dan preferensinya terhadap produk-produk wisata di Pulau Bali khususnya. Hal tersebut tergambarkan pada kerangka pemikiran studi yang dapat dilihat pada gambar 2.1.

2.2 Kerangka Kerja

Kerangka kerja Studi Analisis Potensi Pasar Wisatawan Nusantara (Kasus Studi: Bali) dapat dilihat pada gambar 2.2. Elemen-elemen yang akan dikerjakan terbagi dalam tiga kegiatan utama, yaitu merancang, melaksanakan, dan menganalisis survei untuk menghasilkan: (1) data kuantitatif dengan mekanisme kuesioner dan (2) data kualitatif dengan mekanisme wawancara dan/atau diskusi untuk memperkaya dan mengkonfirmasi data kuantitatif.

2.3 Sistematika Analisis Data Kuantitatif

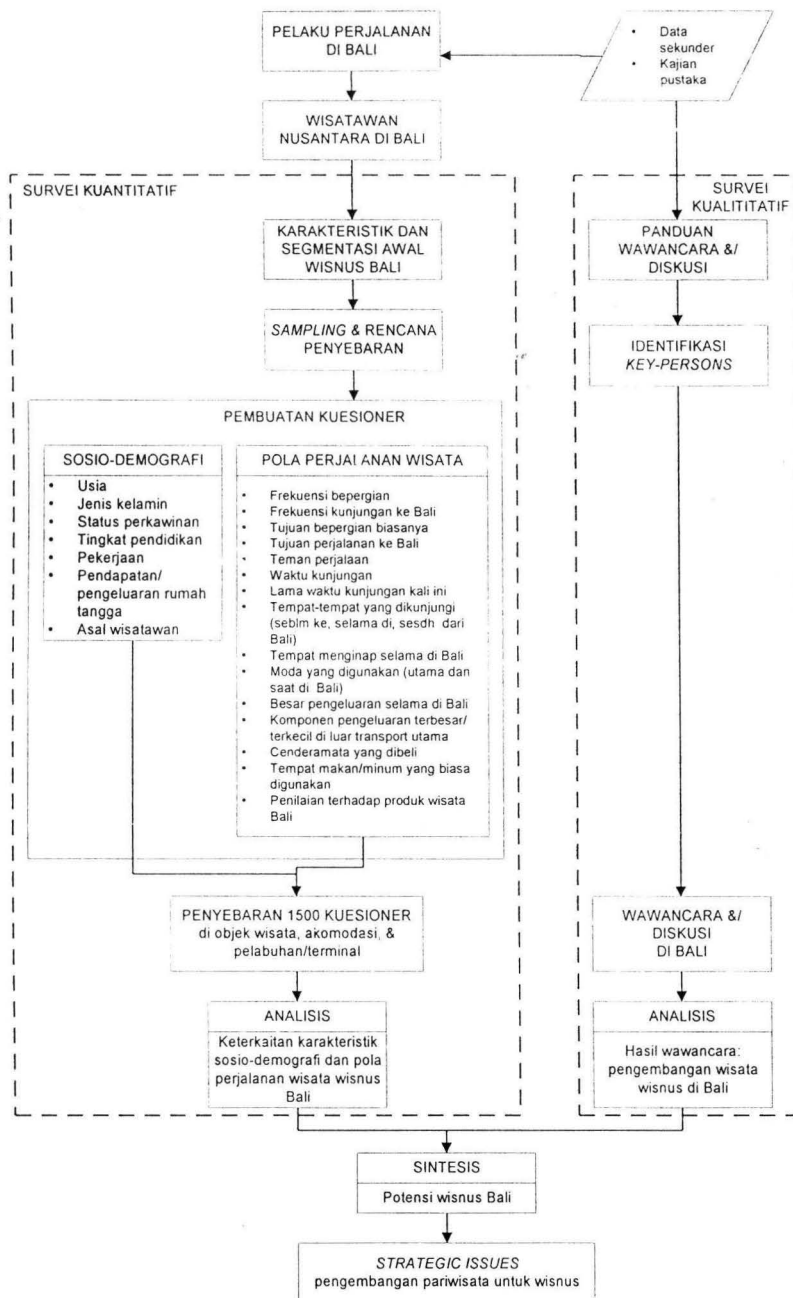
Dalam kunjungan lapangan di saat *peak season* yang diselesaikan bulan Juli 2003, data yang dihasilkan terutama terkonsentrasi pada data kuantitatif, berupa 1230 kuesioner yang valid untuk dianalisis, sedangkan untuk kunjungan lapangan *low season* dilaksanakan pada bulan Oktober 2003, konsentrasi kegiatannya pada perolehan data kualitatif dan menghasilkan data kuantitatif sebanyak 316 kuesioner. Jumlah keseluruhan kuesioner yang diperoleh adalah 1546. Untuk bisa mendeskripsikan kuesioner tersebut dibuat kerangka agar memudahkan pembaca laporan ini memahami deskripsi hasil analisisnya. Secara diagramatis, deskripsinya dijelaskan pada gambar 2.3.



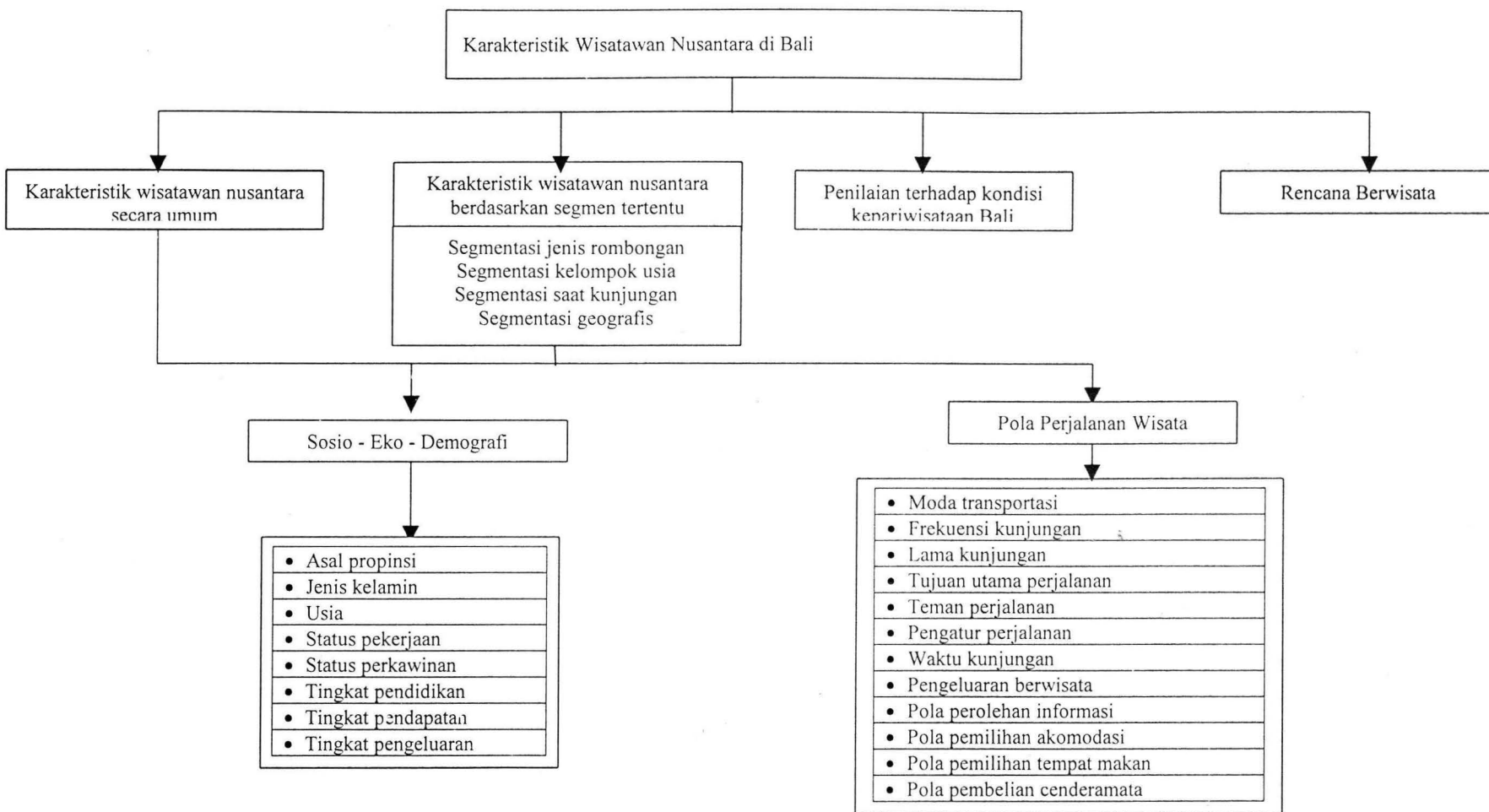
Keterangan:

Fokus studi

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Gambar 2.2 Kerangka Kerja



Gambar 2.3 Kerangka Analisis

BAB 3

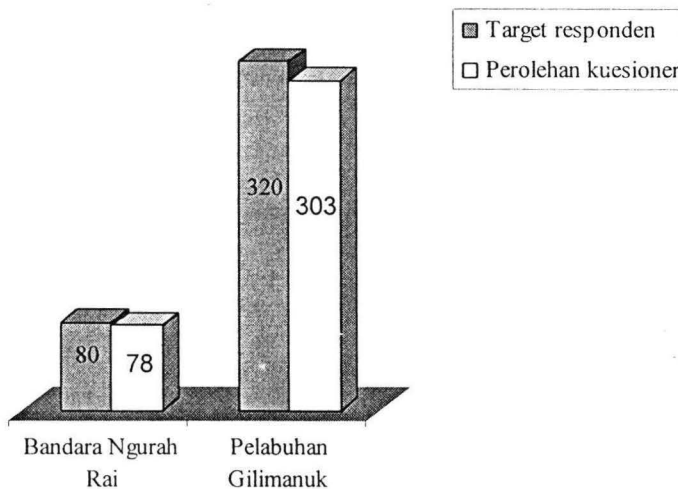
PEROLEHAN DATA DAN INFORMASI

3.1 Perolehan Data Kuantitatif

Data kuantitatif studi ini diperoleh dari penyebaran kuesioner pelaku perjalanan, kuesioner pengunjung objek wisata, dan kuesioner tamu hotel.

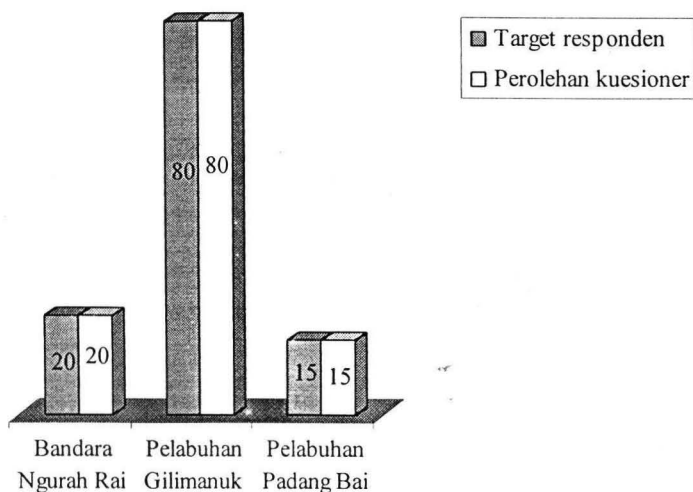
3.1.1 Perolehan Kuesioner Pelaku Perjalanan

Perolehan kuesioner di Bandara Ngurah Rai dan Pelabuhan Gilimanuk pada saat *peak season* mencapai 95,25% dari target responden yang ditentukan. Distribusinya di tiap lokasi survei dapat dilihat pada gambar berikut.



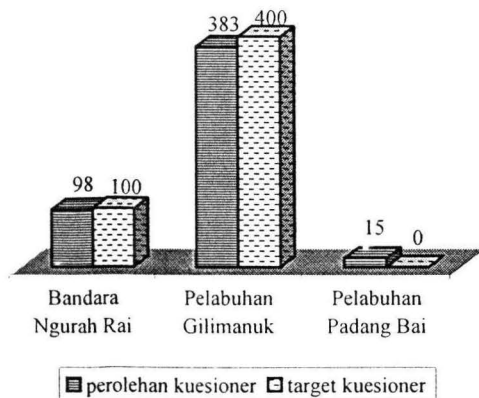
Gambar 3.1 Distribusi Responden Pelaku Perjalanan Saat *Peak Season*

Sementara itu, perolehan kuesioner pada saat *low season* memuaskan, artinya kuesioner yang diperoleh sesuai dengan target yang telah ditentukan. Distribusi perolehan kuesioner pada tiap lokasi survei dapat dilihat pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Distribusi Responden Pelaku Perjalanan Saat *Low Season*

Secara umum, total perolehan responden pelaku perjalanan melalui kuesioner selama survei *peak season* dan *low season* adalah 496 orang kurang 4 responden dari target keseluruhan sebanyak 500 responden atau 99,2% dari total responden pelaku perjalanan.



Gambar 3.3 Distribusi Total Responden Pelaku Perjalanan

3.1.2 Perolehan Kuesioner Pengunjung Objek Wisata

Kuesioner yang disebarakan terdiri dari dua jenis, yaitu kuesioner untuk wisatawan nusantara asal Bali (wisatawan nusantara yang berdomisili di Bali) dan kuesioner untuk wisatawan nusantara asal luar Bali (wisatawan nusantara yang berdomisili di luar Bali).

Untuk mengetahui jumlah wisatawan yang dijadikan responden di objek wisata, berikut ini ditampilkan tabel III.1 dan III.2 mengenai target dan perolehan kuesioner survei *peak* dan *low season* Bali.

TABEL III.1
Distribusi Target dan Perolehan Responden Pengunjung Objek Wisata Saat Peak Season

NO.	OBJEK	TARGET KUESIONER (ORANG)	PEROLEHAN KUESIONER (ORANG)			KETERANGAN
			Wisnus domisili luar Bali	Wisnus domisili Bali	Jumlah	
1.	Bedugul	135	135	5	140	
2.	Air Sanih	13	4	5	9	
3.	Kota Singaraja / Eks-Pelabuhan Buleleng	42	0	0	0	diganti objek lainnya
4.	Monkey Forest Ubud	61	59	10	69	
5.	Sangeh	28	26	0	26	
6.	Gua Lawah	6	8	5	13	
7.	Tirta Empul	99	95	14	109	
8.	Kintamani	26	19	0	19	
9.	Besakih	3	5	0	5	
10.	Tanah Lot	132	131	10	141	
11.	Taman Budaya	40	37	7	44	
12.	Pasar Badung	14	13	1	14	
13.	Kuta	28	28	2	30	
14.	Objek Gilimanuk	1	1	0	1	
15.	Pantai Lovina	0	16	0	16	pengganti kota Singaraja
16.	Banjar	0	2	4	6	pengganti kota Singaraja
17.	Air Terjun Gitgit	0	19	6	25	
18.	Pantai Perancak	12	0	2	2	
19.	Pantai Baluk Rening	0	12	18	30	pengganti Pantai Perancak
JUMLAH		640	610	89	699	

Secara umum, total responden yang diperoleh dari survei di objek wisata sebesar 900 orang, jauh melebihi target yang semula direncanakan, yaitu 800 orang responden.

TABEL III.2

**Distribusi Target dan Perolehan Responden Pengunjung Objek Wisata
Saat *Low Season***

NO	LOKASI SURVEI	TARGET	PEROLEHAN		
			Responden domisili Bali (orang)	Responden domisili luar Bali (orang)	Total responden
1.	Kuta	42	10	32	42
2.	Tanah Lot	33	10	23	33
3.	Sukawati	27	10	18	28
4.	Bedugul	27	10	17	27
5.	Sanur	25	10	15	25
6.	Garuda Wisnu Kencana	15	5	10	15
7.	Nusa Dua	15	4	13	17
8.	Besakih	15	7	7	14
JUMLAH		199	66	135	201

3.1.3 Perolehan Kuesioner Tamu Hotel

Perolehan kuesioner tamu hotel pada saat *peak season* tidak menggembirakan. Dari target 280 responden, hanya terjaring 190 responden, tetapi kuesioner yang dapat diolah hanya 150 buah saja. Hal ini disebabkan banyaknya kendala yang dihadapi pada saat survei. Walaupun sudah dipikirkan cara yang lebih baik untuk *low season*, perolehan kuesioner pada saat tersebut pun tidak menunjukkan hasil yang menggembirakan. Dari target 70 responden, hanya terjaring 16 responden, tetapi semuanya tidak dapat diolah karena diisi secara tidak lengkap dan cenderung banyak yang kosong. Target dan perolehan kuesioner tamu hotel dapat dilihat pada tabel III.3.

TABEL III.3

**Distribusi Target dan Perolehan Responden Tamu Hotel
Saat *Peak Season* Berdasarkan Kategori Hotel**

KATEGORI HOTEL	TARGET RESPONDEN	PEROLEHAN KUESIONER
Bintang 1	1	0
Bintang 2	13	22
Bintang 3	9	0
Bintang 4	8	8
Bintang 5	4	3
<i>Budget</i>	117	81
<i>Villa & Bungalow</i>	104	28
<i>Boutique</i>	12	4
<i>Non rating</i>	12	4
JUMLAH	280	150

3.2 Perolehan Data Kualitatif

Survei kualitatif dilakukan melalui dua kegiatan, yaitu wawancara semi-struktural kepada instansi sumber data kualitatif serta observasi dan wawancara tidak terstruktur di lokasi tempat penyebaran kuesioner. Instansi yang diwawancarai adalah:

- **Instansi Pemerintah:** Diparda Propinsi Bali, Diparda Kota Denpasar, Diparda Kabupaten Badung, Diparda Tabanan, Diparda Buleleng, dan Diparda Gianyar
- **Instansi Non Pemerintah** meliputi:
 1. Biro Perjalanan: Vayatour, Bhara-Mekar Wisata *Tours*, Bayu Buana *Tours*, Jasa *Tours*, Prima Wijaya *Tours*
 2. Pengelola MICE: Bayu Buana Mice dan Vaya Micetama
 3. Pengelola Objek Wisata: Pengelola GWK

A. Pandangan Pemerintah

Berikut akan diuraikan gambaran umum hasil wawancara yang telah dilakukan di beberapa Diparda (Bali, Denpasar, Badung, Buleleng, Gianyar, dan Tabanan):

1. Kebijakan Pengembangan Wisatawan Nusantara:
 - Mengalihkan arah promosi ke dalam negeri
 - Mengikuti dan mengadakan *event-event* industri pariwisata (*expo*, pameran, festival, dan lain-lain)
 - Melakukan promosi berupa penyebaran brosur, buklet, tabloid ke objek-objek wisata dan hotel (saat ini beberapa daerah seperti Denpasar, Tabanan, dan Propinsi Bali mulai mengubah brosur-brosur ke dalam Bahasa Indonesia)
 - Melakukan promosi melalui kerjasama dengan media elektronik (televisi dan radio) dan memanfaatkan teknologi informasi (*website*)
 - Melakukan promosi dengan bekerja sama dengan dinas lain seperti Dinas Industri dan Perdagangan serta dinas lain yang terkait.
 - Melakukan kerjasama dengan daerah lain (tukar menukar brosur dan atraksi kesenian)
 - Meningkatkan dan mengembangkan objek dan atraksi wisata (yang telah ada maupun yang baru)
 - Mengadakan koordinasi dan penyuluhan dengan pengelola objek akomodasi dan objek wisata
 - Menjaga keamanan di objek-objek wisata dan pintu-pintu masuk
 - Memperbanyak polisi pariwisata
 - Memperketat pengawasan di hotel dan objek wisata
 - Menjaga kebersihan di objek-objek wisata
 - Mengatur tarif di objek dan akomodasi wisata
2. Keragaman atraksi wisata yang selama ini menjadi andalan pariwisata Bali adalah wisata budaya dan alam. Sementara itu pengelolaan objek wisata di Bali dilakukan oleh:
 - Pemerintah daerah
 - Badan pengelola (konsorsium)
 - Masyarakat Adat
 - Dikontrakkan ke swasta

3. Dalam rangka menunjang kegiatan kepariwisataan di Bali, telah dibangun infrastruktur dasar (jaringan jalan, air bersih, dan listrik) sesuai dengan kebutuhannya. Setiap lokasi objek wisata di Bali telah dihubungkan dengan infrastruktur dasar tersebut. Sarana penunjang di lokasi objek wisata disediakan juga oleh pemerintah ataupun disediakan secara swadaya oleh swasta dan masyarakat.
4. Permasalahan yang dihadapi pemerintah dalam pengembangan pariwisata umumnya:
 - Dana promosi yang terbatas
 - SDM (tidak didukung oleh SDM yang sesuai dengan bidangnya)
 - Penguasaan teknologi (termasuk teknologi informasi)
 - Belum mantapnya koordinasi dengan dinas dan daerah lain (otonomi daerah)
 - Belum optimalnya pemanfaatan *tourist information center* (hanya tersedia brosur, SDM kurang, teknologi kurang)

B. Pandangan Pihak Swasta dan Masyarakat

I. Pandangan Swasta

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak swasta, diperoleh rangkuman pandangan terhadap pengembangan wisatawan nusantara seperti yang dijelaskan berikut ini:

1. Karakteristik wisatawan nusantara umumnya:
 - Sering membatalkan kunjungan
 - Sering mengubah-ubah acara/program yang telah disusun
 - Suka menawar
 - Banyak permintaan tapi dengan kondisi keuangan yang terbatas
 - Suka mengeluh dan *complaint*
 - Ngotot
2. Paket-paket wisata yang umumnya digemari adalah paket wisata alam. Untuk segmen tertentu, wisatawan nusantara mulai menyukai paket wisata laut (*marine sport*). Objek wisata yang masih menjadi primadona bagi wisatawan nusantara adalah Kuta, Tanah Lot, Bedugul, dan Kintamani. Paket-paket wisata yang ditawarkan umumnya mengunjungi lokasi-lokasi tersebut.
3. Strategi yang dilakukan untuk menarik wisatawan nusantara:
 - Iklan melalui koran, TV, *website*, dan *sponsorships*
 - Kerjasama dengan *airline* untuk memberikan tiket atau harga yang murah
 - Menyusun paket-paket wisata yang murah
 - Menyusun paket-paket wisata yang inovatif (*adventure*, *marine sport*, dan lain-lain)
 - Mengunjungi langsung instansi/*corporate* untuk promosi (lebih efektif)
 - Kerjasama dengan hotel dan objek wisata untuk memberikan paket akomodasi yang murah
4. Permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan wisatawan nusantara:
 - Belum tersedianya pusat informasi yang memadai di objek-objek wisata
 - Pengelolaan objek wisata masih kurang (kebersihan, keamanan dan ketertiban)
 - Penentuan harga yang kompetitif terkadang tidak sejalan dengan kebijakan hotel dan keinginan tamu (lihat karakteristik wisnus)
 - Karakteristik wisnus yang kurang disukai
 - Prasarana di objek wisata belum memadai (misalnya: parkir, *toilet*, dll)

- Konflik dengan aturan-aturan di objek wisata (misalnya: bus wisata dilarang masuk, biaya tambahan masuk objek wisata)
 - *Airport tax* yang terus meningkat
5. Hal-hal yang harus dilakukan:
- Jangan hanya mengandalkan pemerintah, swasta harus pro-aktif, sedangkan pemerintah memberikan aturan main yang jelas bagi pelaku pariwisata
 - Promosi langsung ke lembaga-lembaga (instansi, *corporate*, sekolah) dan mengemas dengan *entertainment*
 - Mengurangi kompetisi yang tidak sehat antar pengelola akomodasi wisata (melalui regulasi pemerintah)
 - Pemerintah harus menjamin keamanan regional maupun di lokasi objek wisata

II. Pandangan Masyarakat

Sementara itu dilakukan juga wawancara dengan masyarakat, yaitu tokoh masyarakat, serta masyarakat dan pedagang di sekitar objek wisata. Tujuan wawancara ini adalah untuk menggali harapan terhadap pengembangan wisatawan nusantara. Berikut adalah rangkuman hasil wawancaranya:

- Perlunya menggali potensi-potensi budaya yang terlupakan dan mengajak wisatawan untuk terlibat langsung di dalamnya
- Penghargaan terhadap alam, budaya, dan seni karena menjadi modal dasar bagi pariwisata
- Memperbaiki dan mengembangkan sarana dan prasarana di objek-objek wisata
- Pariwisata harus menunjang ekonomi kerakyatan (mengurangi kesenjangan, menghindari konflik, meningkatkan ekonomi rakyat, dan tercipta keamanan)

BAB 4

PROGRAM PENGEMBANGAN PARIWISATA NUSANTARA DAN PROMOSI PARIWISATA BALI

4.1 Program Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali

Berdasarkan hasil wawancara dengan Diparda Propinsi Bali, Kota Denpasar, Kabupaten Badung, Kabupaten Buleleng, Kabupaten Tabanan, dan Kabupaten Gianyar, pemerintah daerah Propinsi Bali dan pemerintah kabupaten/kota telah mengeluarkan beberapa program dalam pengembangan potensi pasar wisatawan nusantara ke Bali, yaitu:

- 1. Program-program Pengembangan Pariwisata Propinsi Bali yang terkait dengan wisatawan nusantara:**
 - Meningkatkan dan mengembangkan objek-objek wisata di daerah, dimana pemerintah propinsi berfungsi untuk mengkoordinasikan kebijakan pemerintah kabupaten/kota
 - Mengadakan dan mengikuti pameran dan festival pariwisata bersama-sama dengan pemerintah kabupaten/kota dan pelaku pariwisata lainnya
 - Promosi pariwisata melalui media elektronik dan internet
 - Meningkatkan keamanan di Bali dengan menjaga keamanan di pintu-pintu masuk Bali, memperbanyak polisi pariwisata, serta memperketat pengawasan dan keamanan di objek maupun akomodasi wisata.
 - Menjaga kebersihan dan ketertiban di lokasi objek wisata
- 2. Program pengembangan pariwisata di Kabupaten Tabanan yang terkait dengan wisatawan nusantara**
 - Pengalihan arah promosi ke pangsa pasar domestik
 - Memfasilitasi pengusaha untuk melakukan promosi
 - Mengadakan *events* industri pariwisata, seperti *expo* kerajinan dan industri kecil serta Pesta Kesenian Daerah
 - Melakukan promosi dengan bekerja sama dengan media elektronik (Bali TV), promosi melalui *website*, dan penyediaan brosur dan buklet ke objek-objek wisata
- 3. Program pengembangan pariwisata di Kabupaten Gianyar yang terkait dengan wisatawan nusantara:**
 - Menyelenggarakan dan mengikuti *expo* dan pameran pariwisata
 - Promosi melalui tabloid (*Bali Travel News* dan *Bali Travel Guide*), internet, dan media elektronik (Bali TV)
 - Tukar menukar brosur, buklet, dan peta pariwisata dengan daerah lain (termasuk daerah lain di luar Propinsi Bali)
 - Melakukan kerjasama dengan pihak-pihak swasta dalam penyelenggaraan *event* dan promosi wisata
- 4. Program pengembangan pariwisata di Kabupaten Buleleng yang terkait dengan wisatawan nusantara**
 - Menyelenggarakan dan mengikuti *expo* atau *events* pariwisata, seperti Festival Lovina dan Festival Sapi Gerumbungan.

- Promosi melalui tabloid (*Bali Travel News* dan *Bali Travel Guide*), melalui internet, dan media elektronik (TVRI dan RRI)
 - Tukar menukar brosur, buklet, dan peta pariwisata dengan daerah lain (termasuk daerah lain di luar Propinsi Bali)
5. **Program pengembangan pariwisata di Kabupaten Badung yang terkait dengan wisatawan nusantara:**
- Mengadakan *road show* ke daerah-daerah lain di Indonesia untuk melakukan promosi wisata
 - Mengikuti dan menyelenggarakan *expo*, promosi, dan festival pariwisata di tanah air
 - Promosi melalui tabloid, internet, dan televisi
 - Tukar menukar brosur, buklet, dan peta pariwisata dengan daerah lain (termasuk daerah lain di luar Propinsi Bali)
 - Kerjasama dengan dinas-dinas lain yang terkait dengan pariwisata, seperti Dinas Perindustrian dan Perdagangan
6. **Program pengembangan pariwisata di Kota Denpasar yang berkaitan dengan wisatawan nusantara:**
- Mengadakan *road show* ke daerah-daerah lain di Indonesia untuk melakukan promosi bersama pelaku pariwisata lainnya (swasta)
 - Mengatur tarif akomodasi sehingga memberikan kemudahan bagi wisatawan
 - Pembinaan dan penyuluhan terhadap pelayanan akomodasi serta keamanan di objek dan akomodasi wisata
 - Mengikuti *events* pariwisata di dalam negeri
 - Meningkatkan atraksi-atraksi lokal
 - Penyelenggarakan festival pariwisata, seperti Pesta Kesenian Daerah, festival layang-layang, dan sebagainya

4.2 Informasi dan Program Promosi

Informasi dan program promosi mengenai kepariwisataan Bali dilakukan oleh pemerintah dan pihak swasta. Dalam menangani wisatawan nusantara pemerintah di beberapa kabupaten seperti Badung, Denpasar, dan Gianyar telah menerbitkan brosur-brosur dalam bahasa Indonesia. Brosur-brosur ini disebar di objek-objek wisata maupun disebar di beberapa daerah di tanah air melalui kerja sama dengan pemerintah setempat. Di samping itu pemerintah daerah (propinsi, kabupaten, dan kota) juga melakukan promosi dengan bekerjasama dengan media elektronik (Bali TV dan TVRI), media massa (*Bali Travel News* dan *Bali Travel Guide*), serta memanfaatkan teknologi informasi (*website*). Program promosi juga dilakukan dengan mengadakan atau mengikuti *expo*, festival, dan pameran pariwisata di tanah air.

Promosi yang dilakukan oleh pihak swasta relatif lebih maju dibandingkan dengan pemerintah, dilakukan melalui iklan di media masa dan elektronik, *sponsorship*, dan melakukan kerjasama dengan pihak-pihak swasta lain, seperti hotel, biro perjalanan wisata, dan maskapai penerbangan. Kiat promosi lain yang dilakukan adalah langsung mengunjungi pasar mereka, yaitu sekolah, perusahaan, dan instansi pemerintah untuk mempromosikan paket-paket yang diberikan beserta kemudahan-kemudahannya. Promosi lain yang diharapkan adalah *words of mouth*, promosi dari mulut ke mulut, pelayanan yang baik kepada pelanggan merupakan syarat utama agar promosi ini dapat berhasil.

BAB 5

KARAKTERISTIK WISATAWAN NUSANTARA DI BALI

5.1 Karakteristik Sosio-Eko-Demografis

Karakteristik sosio-eko-demografis responden wisnus di Bali akan dapat memberikan gambaran mengenai hal-hal yang berkaitan dengan identitas responden wisnus di Bali.

TABEL V.1
Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Sebagian Besar Responden
Wisatawan Nusantara di Bali

NO.	KONDISI SOSIO-EKO-DEMOGRAFIS	KARAKTERISTIK
1.	Jenis kelamin	• Laki-laki
2.	Kelompok usia	• 26-45 tahun • 19-25 tahun
3.	Propinsi tempat tinggal responden	• Jawa Timur • DKI Jakarta
4.	Status pekerjaan	• Pegawai swasta • Pelajar/mahasiswa
5.	Status perkawinan	• Kawin
6.	Tingkat pendidikan	• S1 • SLA
7.	Tingkat pendapatan	• Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 • Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000
8.	Tingkat pengeluaran	• Rp. 500.001- Rp. 1.000.000 • Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000

Berdasarkan kondisi sosio-eko-demografis responden wisnus di Bali tampak bahwa responden lebih banyak yang berjenis kelamin laki-laki dibandingkan perempuan, tetapi hal ini tidak berarti menunjukkan bahwa wisnus laki-laki di Bali lebih banyak dibandingkan wisnus perempuan. Responden yang terjaring dalam studi ini sebagian besar merupakan orang dewasa (19-45 tahun) dan sudah kawin. Daerah domisili responden didominasi Jawa Timur dan DKI Jakarta. Tingkat pendidikan responden sebagian besar adalah sarjana dan SLA. Dilihat dari tingkat pendapatan dan pengeluaran responden tampak secara kasar bahwa kondisi perekonomian responden cukup baik karena pendapatan per bulan sebagian besar responden lebih tinggi daripada pengeluarannya.

5.2 Karakteristik Pola Perjalanan Wisata

Karakteristik pola perjalanan wisata responden wisnus di Bali menunjukkan beberapa hal yang menarik, yaitu frekuensi kunjungan responden wisnus ke Bali sebagian besar merupakan kunjungan ulang 2-5 kali, walaupun cukup banyak juga yang baru pertama kali ke Bali. Lama tinggal responden wisnus di Bali pun cukup lama, yaitu berkisar

antara 4-7 hari. Hal ini menunjukkan bahwa Bali merupakan daerah tujuan wisata yang populer bagi wisatawan nusantara.

Pola perolehan informasi menunjukkan bahwa responden wisnus di Bali sebagian besar memperoleh informasi tentang Bali secara informal dari keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata atau dari keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/objek wisata tertentu yang dikunjungi responden. Dengan demikian kepuasan wisatawan merupakan hal yang utama bagi pemasaran dan promosi produk wisata Bali.

Responden wisnus dari luar Bali lebih banyak yang memilih makanan khas daerah lain, seperti makanan Jawa dan Padang, terutama karena masalah keyakinan yang dianutnya yang melarang jenis makanan/bahan makanan tertentu yang justru merupakan makanan populer di Bali.

Temuan lainnya yang cukup menarik adalah bahwa sebagian besar responden wisnus menganggap cenderamata yang dijual di Bali tidak mahal, harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikan barang yang dijual, bahkan cukup banyak juga yang menganggap harga cenderamata tersebut murah. Biaya yang dikeluarkan sebagian besar responden wisnus untuk membeli cenderamata adalah lebih dari Rp. 300.000. Jika dikaitkan dengan pengeluaran berwisata kebanyakan responden wisnus di Bali yang paling besar Rp. 1.000.000, maka proporsi biaya cenderamata mencapai 30% dari total pengeluarannya untuk berwisata ke Bali. Ini menunjukkan kontribusi nilai yang cukup tinggi bagi perekonomian Bali dari sektor pariwisata.

TABEL V.2

**Karakteristik Pola Perjalanan Wisata Sebagian Besar
Responden Wisatawan Nusantara di Bali**

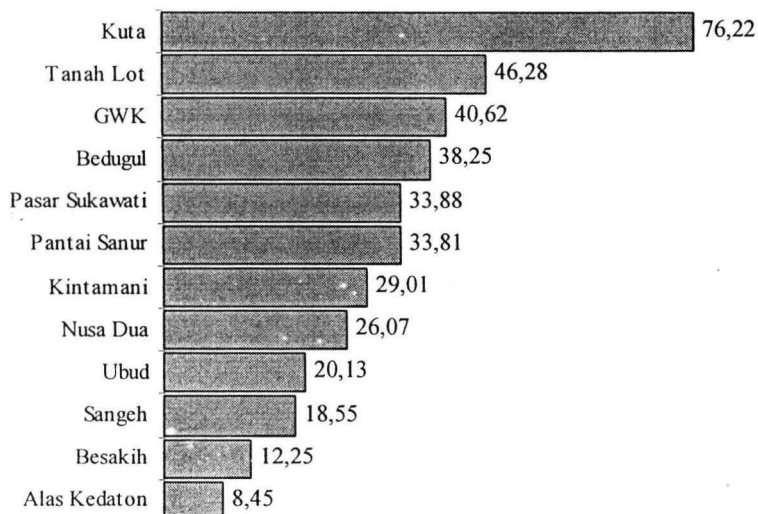
NO.	KOMPONEN POLA PERJALANAN WISATA	KARAKTERISTIK
1.	Frekuensi kunjungan	
	a. Frekuensi kunjungan ke Bali untuk wisnus domisili luar Bali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali
	b. Frekuensi kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan > 5 kali
2.	Moda transportasi	
	a. Moda transportasi ke Bali	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
	b. Moda transportasi di Bali	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
3.	Tujuan utama perjalanan	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke teman/keluarga
4.	Lama kunjungan	
	a. Lama tinggal wisnus domisili luar Bali	• 4-7 hari • 2-3 hari
	b. Lama kunjungan di objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• 1-2 jam • 2-3 jam
5.	Waktu kunjungan	• Libur sekolah • Tidak tentu
6.	Teman perjalanan	• Keluarga/saudara • Rekan kerja
7.	Pengatur perjalanan	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman

NO.	KOMPONEN POLA PERJALANAN WISATA	KARAKTERISTIK
8.	Pengeluaran berwisata	• Rp 500.001-Rp 1.000.000,- • < Rp 500.000,-
9.	Pola perolehan informasi	
	a. Sumber informasi	• Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/ke objek wisata • Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata • Brosur/leaflet
	b. Jenis informasi yang dicari	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga dan lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum
	c. Jenis informasi yang diperoleh	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga dan lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum
10.	Pola pemilihan tempat menginap	
	a. Tempat menginap	• Hotel melati • Hotel bintang
	b. Pemesanan tempat menginap	• Tidak memesan terlebih dahulu
	c. Cara memesan tempat menginap	• Pesan sendiri melalui telepon • Biro perjalanan
	d. Faktor penentu pilihan tempat menginap	• Lokasi yang sesuai/strategis • Harga • Pelayanan yang baik
	e. Kegiatan di tempat menginap	• Menikmati hiburan • Tidak ada
11.	Pola pembelian cenderamata	
	a. Tempat makan	• Rumah makan/restoran • Rumah keluarga/saudara/teman
	b. Jenis makanan	• Makanan khas daerah lain • Makanan khas Bali
	c. Harga makanan	• < Rp 15.000/orang untuk sekali makan • Rp. 15.001- Rp 25.000,-/orang untuk sekali makan
	d. Faktor penentu pilihan tempat makan	• Jenis makanan yang dijual • Harga yang sesuai • Pelayanan yang baik
12.	Pola pembelian cenderamata	
	a. Jenis cenderamata	• Baju, celana, kaos • Kain Bali • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung, dll)

NO.	KOMPONEN POLA PERJALANAN WISATA	KARAKTERISTIK
	b. Biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli cenderamata	• > Rp 300.000,- • Rp 200.001-Rp 300.000,-
	c. Faktor penentu pilihan cenderamata yang di beli	• Khas Bali • Harga murah • Indah
	d. Pendapat tentang harga cenderamata yang dibeli	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya • Murah

5.3 Objek-objek Wisata di Bali yang Digemari Wisatawan Nusantara

Beberapa objek wisata di Bali merupakan tempat-tempat yang digemari dan sering dikunjungi oleh wisatawan nusantara. Objek-objek tersebut dapat dilihat pada gambar 6.1.



Gambar 5.1 Objek-objek Wisata di Bali yang Digemari Wisatawan Nusantara

5.4 Penilaian Terhadap Kondisi Kepariwisataaan Bali

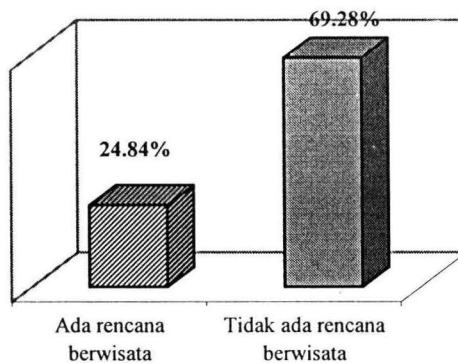
Kepuasan responden wisnus ketika berwisata di Bali sangat ditentukan oleh banyak faktor. Adapun kesimpulan dari penilaian responden dikelompokkan menjadi tiga kriteria, yaitu baik (apabila rata-rata dari skor total penilaian responden lebih dari 68,04), cukup (apabila rata-rata dari skor total penilaian responden diantara 54,60 - 68,03), dan buruk (apabila rata-rata dari skor total penilaian responden kurang dari 54,60). Lengkapnya penilaian terhadap kondisi kepariwisataan di Bali dapat dilihat pada tabel berikut.

TABEL V.3
Penilaian Responden Terhadap Kondisi Kepariwisata di Bali

NO.	FASILITAS	RATA-RATA SKOR PENILAIAN	KESIMPULAN
1.	Keamanan	81,49	baik
2.	Keramahtamahan	72,43	baik
3.	Kualitas lingkungan alam	70,02	baik
4.	Pelayanan dari pedagang	99,93	baik
5.	Kualitas objek wisata budaya	68,02	cukup
6.	Kualitas fasilitas akomodasi	57,05	cukup
7.	Fasilitas <i>entertainment</i>	55,20	cukup
8.	Kemudahan berkeliling/berjalan di fasilitas wisata	57,14	cukup
9.	Pelayanan keuangan (ATM, Bank, <i>Money Changer</i>)	58,13	cukup
10.	Kebersihan di pura	54,85	cukup
11.	Kualitas fasilitas transportasi	46,59	buruk
12.	Tempat makan dan minum	50,10	buruk
13.	Kemudahan mendapat informasi	47,27	buruk
14.	Kemudahan mencapai lokasi yg dituju	51,13	buruk
15.	Pelayanan kesehatan	44,01	buruk
16.	Kebersihan di fasilitas umum	41,15	buruk
17.	Kebersihan di pantai	44,49	buruk
18.	Kebersihan di laut	49,44	buruk
19.	Kesesuaian harga barang	44,99	buruk
20.	Kesesuaian harga pelayanan/jasa	46,52	buruk

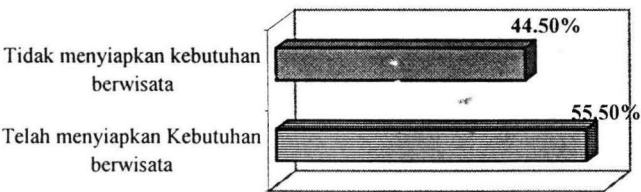
5.5 Rencana Berwisata

Rencana responden untuk melakukan wisata dalam waktu dekat setelah kunjungan ke Bali memberikan informasi mengenai keinginan orang untuk melakukan perjalanan wisata.



Gambar 5.2 Distribusi Responden Berdasarkan Rencana Berwisata

Sebanyak 24,84% responden yang telah merencanakan untuk melakukan perjalanan wisata dalam waktu dekat setelah kunjungan mereka ke Bali. Mereka yang berencana melakukan perjalanan tersebut hanya 55,50% saja responden yang telah menyiapkan kebutuhan untuk berwisata tersebut dari saat wisatanya kali ini.



Gambar 5.3 Distribusi Responden yang Telah Menyiapkan Kebutuhan Berwisata

BAB 6

KARAKTERISTIK WISATAWAN NUSANTARA DI BALI
BERDASARKAN SEGMENTASI TERTENTU

Wisatawan nusantara di Bali memiliki karakteristik sosio-eko-demorafis maupun pola perjalanan wisata yang beragam. Keberagaman ini dikelompokkan menjadi segmen-segmen tertentu yang memiliki karakteristik yang lebih spesifik. Pada studi ini, wisatawan nusantara dibagi menjadi empat segmentasi yaitu:

- 1. Jenis rombongan, yang dikelompokkan menjadi jenis rombongan keluarga dan non-keluarga
- 2. Usia, di kelompokkan menjadi usia remaja, dewasa, lansia
- 3. Waktu kunjungan, dikelompokkan menjadi saat kunjungan *peak season* dan *low season*
- 4. Geografis, dikelompokkan berdasarkan daerah domisili Bali, Jawa Timur, Jawa Tengah, DKI Jakarta, dan propinsi-propinsi lainnya.

Keempat segmentasi ini selanjutnya dianalisis berdasarkan karakteristik sosio-eko-demografi dan pola perjalanan wisatanya.

6.1 Segmentasi Berdasarkan Jenis Rombongan

Karakteristik sosio-eko-demografis wisnus yang pergi bersama keluarga sebagian besar menunjukkan pola yang berbeda dengan wisnus yang pergi tidak bersama keluarga. Hanya terdapat dua kondisi sosio-eko-demografis yang menunjukkan karakteristik yang sama, yaitu jenis kelamin dan tingkat pendidikan responden (lihat Tabel VI.1).

TABEL VI.1
Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demogafis Wisatawan Nusantara di Bali
Berdasarkan Segmentasi Jenis Rombongan

NO	KARAKTERISTIK SOSIO-EKO-DEMOGRAFIS	JENIS ROMBONGAN	
		Non Keluarga	Keluarga
1.	Jenis kelamin	• Laki-laki	• Laki-laki
2.	Kelompok usia	• 26-45 tahun • 19-25 tahun	• 26-45 tahun • 46-55 tahun
3.	Propinsi tempat tinggal responden	• Jawa Timur • Jawa Tengah	• Jawa Timur • DKI Jakarta
4.	Status pekerjaan	• Pelajar/mahasiswa • Pegawai swasta	• Pegawai swasta • Pegawai negeri
5.	Status perkawinan	• Belum kawin	• Kawin
6.	Tingkat pendidikan	• S1 • SLA	• S1 • SLA
7.	Tingkat pendapatan	• Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 • Rp. 500.001- Rp. 1.000.000	• Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 • Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000
8.	Tingkat pengeluaran	• Rp. 500.001- Rp. 1.000.000 • < Rp. 500.000	• Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 • Rp. 500.001- Rp. 1.000.000

Segmentasi berdasarkan jenis rombongan memperlihatkan pola perjalanan wisata yang sebagian besar berbeda, hanya beberapa pola perjalanan wisata yang menunjukkan karakteristik yang hampir sama. Karakteristik perjalanan wisata yang menunjukkan pola yang hampir sama antara lain lama kunjungan, waktu kunjungan, pengeluaran berwisata untuk wisnus domisili Bali, jenis informasi yang diperoleh, pemesanan tempat menginap, faktor penentu pilihan tempat menginap, kegiatan yang dilakukan di tempat menginap, tempat makan, jenis makanan, serta pendapat mengenai harga cenderamata di Bali.

TABEL VI.2

**Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara di Bali
Berdasarkan Segmentasi Jenis Rombongan**

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	JENIS ROMBONGAN	
		Keluarga	Non keluarga
1.	Frekuensi kunjungan		
	a. Frekuensi kunjungan ke Bali	- Kunjungan 2-5 kali - Kunjungan pertama kali	- Kunjungan pertama kali - Kunjungan 2-5 kali
	b. Frekuensi kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	- Kunjungan 2-5 kali - Kunjungan > 5 kali	- Kunjungan > 5 kali - Kunjungan 2-5 kali
2.	Moda transportasi		
	a. Moda transportasi ke Bali	- Mobil pribadi - Pesawat udara	- Mobil sewa (termasuk bus sewa) - Bus umum
	b. Moda transportasi di Bali	- Mobil pribadi - Mobil sewa (termasuk bus sewa)	- Mobil sewa (termasuk bus sewa) - Mobil pribadi
3.	Tujuan utama perjalanan	- Liburan/rekreasi - Kunjungan ke teman/keluarga	- Liburan/rekreasi - Dinas kantor, rapat supervisi
4.	Lama kunjungan		
	a. Lama tinggal di Bali bagi wisnus domisili luar Bali	4-7 hari 2-3 hari	4-7 hari 2-3 hari
	b. Lama kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	1-2 jam 2-3 jam	1-2 jam > 3 jam
5.	Waktu kunjungan	- Tidak tentu - Libur sekolah	- Tidak tentu - Libur sekolah
6.	Teman perjalanan	Keluarga/saudara	- Rekan kerja - Teman sekolah
7.	Pengatur perjalanan	- Sendiri - Keluarga/saudara/teman	- Sendiri - Biro perjalanan
8.	Pengeluaran berwisata		
	a. Pengeluaran berwisata wisnus domisili luar Bali	> Rp 3.000.000 - Rp 500.001-Rp 1.000.000,-	< Rp 500.000,- - Rp 500.001-Rp 1.000.000,-
	b. Pengeluaran berwisata untuk wisnus domisili Bali	< Rp 100.000 - Rp 100.001-Rp 250.000,-	< Rp 100.000,- - Rp 100.001-Rp 250.000,-
9.	Pola perolehan informasi		
	a. Sumber informasi	- Teman/saudara/keluarga yang tinggal di Bali/dekat objek wisata - Brosur/leaflet - Teman/saudara/keluarga yang pernah ke Bali/objek wisata	- Teman/saudara/keluarga yang pernah ke Bali/objek wisata - Brosur/leaflet - Biro perjalanan
	b. Jenis informasi yang dicari	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum - Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap
	c. Jenis informasi yang diperoleh	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis, harga dan lokasi tempat menginap

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	JENIS ROMBONGAN	
		Keluarga	Non keluarga
		Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum
10.	Pola pemilihan tempat menginap		
	a. Tempat menginap	- Hotel bintang - Hotel melati - Rumah keluarga/saudara/teman	- Hotel melati - Hotel bintang - Rumah keluarga/saudara/teman
	b. Pemesanan tempat menginap	Tidak memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu
	c. Cara memesan tempat menginap	- Pesan sendiri melalui telepon - Biro perjalanan	- Biro perjalanan - Pesan sendiri melalui telepon
	d. Faktor penentu pilihan tempat menginap	- Lokasi yang sesuai/strategis - Harga - Pelayanan yang baik	- Lokasi yang sesuai/strategis - Harga - Pelayanan yang baik
	e. Kegiatan di tempat menginap	- Menikmati hiburan - Tidak ada	- Menikmati hiburan - Tidak ada
11.	Pola pemilihan tempat makan		
	a. Tempat makan	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman
	b. Jenis makanan	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali
	c. Harga makanan per orang untuk sekali makan	- Rp 15.001-25.000 >Rp 15.000	< 15.000 - Rp 15.001-Rp 25.000
	d. Faktor penentu pilihan tempat makan	- Jenis makanan yang dijual - Kebersihan/higienis - Harga yang sesuai	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis
12.	Pola pembelian cenderamata		
	a. Jenis cenderamata	- Baju, celana, kaos - Kain Bali - Souvenir mini dan kerajinan perak	- Baju, celana, kaos - Souvenir mini - Kain Bali
	b. Biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli cenderamata	> Rp 300.000 - Rp 200.001-Rp 300.000,-	- Rp 100.001-Rp 200.000,- > Rp 300.000,-
	c. Faktor penentu pilihan cenderamata yang dibeli	- Khas Bali - Harga murah - Indah	- Khas Bali - Harga murah - Indah
	d. Pendapat tentang harga cenderamata di Bali	Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya

6.2 Segmentasi Berdasarkan Usia

Segmentasi wisnus berdasarkan usia dikelompokkan menjadi tiga, yaitu kelompok remaja (13-18 tahun), kelompok dewasa (19-55 tahun), dan kelompok lanjut usia (>55 tahun). Karakteristik sosio-eko-demografis maupun karakteristik pola perjalanan wisata wisnus di Bali berdasarkan segmentasi usia menunjukkan karakteristik yang khas untuk masing-masing kelompok usia.

Sementara itu, pola perjalanan wisata yang sama hanya ditunjukkan oleh beberapa karakteristik, seperti lama tinggal di Bali, kegiatan yang dilakukan responden di tempat menginap, jenis makanan yang dicari responden, faktor yang menentukan pilihan tempat makan, dan pendapat tentang harga cenderamata yang dijual di Bali (lihat tabel VI.4).

TABEL VI.3

**Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara
di Bali Berdasarkan Segmentasi Usia**

NO.	KARAKTERISTIK SOSIO-EKO- DEMOGRAFIS	KELOMPOK USIA		
		Remaja	Dewasa	Lansia
1.	Jenis kelamin	• Perempuan	• Laki-laki	• Laki-laki
2.	Propinsi tempat tinggal responden	• Jawa Tengah • Jawa Timur	• Jawa Timur • DKI Jakarta	• DKI Jakarta • Jawa Timur
3.	Status pekerjaan	• Pelajar/mahasiswa	• Pegawai swasta • Pegawai negeri	• Pensiunan • Pegawai negeri
4.	Status perkawinan	• Belum kawin	• Kawin	• Kawin
5.	Tingkat pendidikan	• SLA • SLP	• S1 • SLA	• S1 dan SLA • Diploma
6.	Tingkat pendapatan	• < Rp. 500.000 • Rp.500.001 - Rp.1.000.000	• Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 • Rp.2.000.001 - Rp.3.000.000	• Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 • Rp.4.000.001 - Rp.5.000.000
7.	Tingkat pengeluaran	• < Rp. 500.000 • Rp.500.001 - Rp.1.000.000	• Rp.500.001 - Rp.1.000.000 • Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000	• Rp.500.001 - Rp.1.000.000 • > Rp.5.000.000

TABEL VI.4

**Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara di Bali
Berdasarkan Segmentasi Usia**

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	KELOMPOK USIA		
		Remaja	Dewasa	Lansia
1.	Frekuensi kunjungan			
	a. Frekuensi kunjungan ke Bali untuk wisnus domisili luar Bali	• Kunjungan pertama kali • Kunjungan 2-5 kali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali	• Kunjungan > 5 kali • Kunjungan 2-5 kali
	b. Frekuensi kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• Kunjungan 2-5 kali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan > 5 kali	• t a d
2.	Moda transportasi			
	a. Moda transportasi ke Bali	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi	• Mobil pribadi • Pesawat udara	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
	b. Moda transportasi di Bali	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
3.	Tujuan utama perjalanan	• Liburan rekreasi • Kunjungan ke teman keluarga (3,09%)	• Liburan rekreasi • Kunjungan ke keluarga/teman	• Liburan rekreasi • Kunjungan ke teman keluarga
4.	Lama kunjungan			
	a. Lama tinggal di Bali	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari
	b. Lama kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• 1-2 jam dan 2-3 jam	• 1-2 jam • 2-3 jam	• 1-2 jam
5.	Waktu kunjungan	• Libur sekolah • Tidak tentu	• Tidak tentu • Libur sekolah	• Libur sekolah • Tidak tentu
6.	Teman perjalanan	• Teman sekolah • Keluarga/saudara	• Keluarga/saudara • Rekan kerja	• Keluarga/saudara • Rekan kerja
7.	Pengatur perjalanan	• Sekolah • Biro neralanan dan	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	KELOMPOK USIA		
		Remaja	Dewasa	Lansia
7.	Pengatur perjalanan	• Sekolah • Biro perjalanan dan keluarga/saudara/teman	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman
8.	Pengeluaran bewisata			
	a. Pengeluaran bewisata wisnus domisili luar Bali	• < Rp 500.000 • Rp 500.001-Rp 1.000.000	• Rp 500.001-Rp 1.000.000 • < Rp 500.000	• Rp 500.001-Rp 1.000.000 • > Rp 3.000.000
	b. Pengeluaran berwisata wisnus domisili Bali	• < Rp 100.000,-	• < Rp 100.000 • Rp.100.001 – Rp. 250.000	• < Rp 100.000,-
9.	Pola perolehan informasi			
	a. Sumber informasi	• Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/objek wisata tertentu • Brosur/leaflet dan keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata	• Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/objek wisata tertentu • Brosur/leaflet • Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata	• Biro perjalanan • Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata
	b. Jenis informasi yang dicari	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga, lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum	• Jenis, harga, lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga, lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi tempat makan/minum serta jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum
	c. Jenis informasi yang diperoleh	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga, lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga, lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum	• Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap dan tempat makan/minum • Jenis dan lokasi objek wisata di Bali; jenis, harga, lokasi tempat menginap; jenis dan lokasi tempat makan/minum
10.	Pola pemilihan tempat menginap			
	a. Tempat menginap	• Hotel melati • Rumah keluarga/saudara/teman	• Hotel melati • Hotel bintang	• Rumah keluarga/saudara/teman • Hotel bintang
	b. Pemesanan tempat menginap	• Tidak memesan terlebih dahulu	• Tidak memesan terlebih dahulu	
	c. Cara memesan tempat menginap	• Biro perjalanan • Pesan sendiri melalui telepon	• Pesan sendiri melalui telepon • Biro perjalanan	• Pesan sendiri melalui telepon • Biro perjalanan
	d. Faktor penentu pilihan tempat menginap	• Lokasi yang sesuai/strategis • Harga • Pelayanan yang baik	• Lokasi yang sesuai/startegis • Harga • Pelayanan yang baik	• Pelayanan yang baik dan kekeluargaan • Lokasi yang sesuai/strategis
	e. Kegiatan di tempat menginap	• Menikmati hiburan • Tidak ada	• Menikmati hiburan • Tidak ada	• Menikmati hiburan • Tidak ada
11.	Pola pemilihan tempat makan			
	a. Tempat makan	• Rumah makan/restoran • Rumah keluarga/saudara/teman	• Rumah makan/restoran • Rumah keluarga/saudara/teman	• Rumah makan/restoran • Rumah keluarga/saudara/teman

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	KELOMPOK USIA		
		Remaja	Dewasa	Lansia
	b. Jenis makanan	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali
	c. Harga makanan per orang untuk sekali makan	< Rp 15.000 - Rp 15.001-25.000	< Rp 15.000 - Rp 15.001-25.000	- Rp 15.001-25.000 < Rp 15.000
	d. Faktor penentu pilihan tempat makan	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Lokasi yang sesuai/strategis
12.	Pola pembelian cenderamata			
	a. Jenis cenderamata	- Baju, celana, kaos - Souvenir mini - Kain Bali (7,83%)	- Baju, celana, kaos - Kain Bali - Souvenir mini	- Baju, celana, kaos - Kain Bali - Lukisan (8,11%)
	b. Biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli cenderamata	- Rp 100.001-Rp 200.000,- - Rp 50.001- Rp 100.000,-	> Rp 300.000,- - Rp 200.001- Rp 300.000,-	> Rp 300.000,- - Rp 100.001- Rp 200.000,- dan - Rp 200.001- Rp 300.000,-
	c. Faktor penentu pilihan cenderamata yang dibeli	- Khas Bali - Harga murah - Indah	- Khas Bali - Indah - Harga murah	- Khas Bali - Mudah didapat - Harga murah
	d. Pendapat tentang harga cenderamata	Sesuai dengan kualitas/keunikan/keindahannya	Sesuai dengan kualitas/keunikan/keindahannya	Sesuai dengan kualitas/keunikan/keindahannya

6.3 Segmentasi Berdasarkan Waktu Kunjungan

Segmentasi wisnus berdasarkan waktu kunjungan dibedakan menjadi dua, yaitu wisnus yang berkunjung ke Bali pada saat *peak season* dan *low season*. Pada umumnya, karakteristik wisnus di Bali pada saat *peak* dan *low season* menunjukkan pola yang hampir sama, baik itu karakteristik sosio-eko-demografis maupun karakteristik pola perjalanan wisatanya.

TABEL VI.5
Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara Di Bali Berdasarkan Segmentasi Waktu Kunjungan

NO.	KARAKTERISTIK SOSIO-EKO-DEMOGRAFIS	SAAT KUNJUNGAN	
		Peak Season	Low Season
1.	Jenis kelamin	Laki-laki	Laki-laki
2.	Kelompok usia	26-45 tahun 19-25 tahun	26-45 tahun 19-25 tahun
3.	Propinsi tempat tinggal responden	- Jawa Timur - DKI Jakarta	- Jawa Timur - Bali
4.	Status pekerjaan	- Pegawai swasta - Pelajar/mahasiswa	- Pegawai swasta - Wirausaha
5.	Status perkawinan	Kawin	Kawin
6.	Tingkat pendidikan	- S1 - SLA	- S1 - SLA
7.	Tingkat pendapatan	- Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 - Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000	- Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 - Rp. 2.000.001- Rp. 3.000.000
8.	Tingkat pengeluaran	- Rp. 500.001- Rp. 1.000.000 - Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000	- Rp. 500.001- Rp. 1.000.000 - Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000

Pada umumnya, karakteristik sosio-eko-demografis menunjukkan karakteristik yang hampir sama. Hanya dua kondisi sosio-eko-demografis yang menunjukkan karakteristik yang berbeda, yaitu propinsi domisili dan status pekerjaan wisnus.

Karakteristik pola perjalanan wisata wisnus di Bali berdasarkan waktu kunjungannya menunjukkan karakteristik yang berbeda. Karakteristik perjalanan wisata yang menunjukkan pola berbeda antara lain moda transportasi yang digunakan wisnus untuk ke Bali, waktu kunjungan responden ke Bali, pengatur perjalanan, sumber informasi, cara memesan tempat menginap di Bali, faktor yang menentukan pilihan tempat menginap, kegiatan yang dilakukan responden di tempat menginap, dan tempat makan yang dipilih responden selama di Bali (lihat tabel VI.6).

TABEL VI.6

**Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisata Wisatawan Nusantara
Di Bali Berdasarkan Segmentasi Waktu Kunjungan**

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	SAAT KUNJUNGAN	
		<i>Peak Season</i>	<i>Low Season</i>
1.	Frekuensi kunjungan		
	a. Frekuensi kunjungan ke Bali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali
	b. Frekuensi kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan > 5 kali	Tidak ada data
2.	Moda transportasi		
	a. Moda transportasi ke Bali	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)	• Pesawat udara • Mobil pribadi
	b. Moda transportasi di Bali	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
3.	Tujuan utama perjalanan	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke keluarga/saudara/teman	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke keluarga/saudara/teman
4.	Lama kunjungan		
	a. Lama tinggal wisnus domisili luar Bali	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari
	b. Lama kunjungan ke objek wisata untuk wisnus domisili Bali	• 1-2 jam • 2-3 jam	• 1-2 jam • >3 jam
5.	Waktu kunjungan	• Libur sekolah • Tidak tentu	• Tidak tentu • Libur sekolah
6.	Teman perjalanan	• Keluarga/saudara • Rekan kerja	• Keluarga/saudara • Rekan kerja
7.	Pengatur perjalanan	• Sendiri • Keluarga/saudara/teman	• Sendiri • Tempat kerja
8.	Pengeluaran berwisata		
	a. Pengeluaran berwisata untuk wisnus domisili luar Bali	• Rp 500.001-Rp 1.000.000,- • > Rp 3.000.000,-	• Rp 500.001-Rp 1.000.000,- • > Rp 3.000.000,-
	b. Pengeluaran berwisata untuk wisnus domisili Bali	• < Rp 100.000,- • Rp 100.001-Rp 250.000,-	• < Rp 100.000 • Rp 100.001- Rp 250.000,-
9.	Pola perolehan informasi		
	a. Sumber informasi	• Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata • Brosur/leaflet • Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/objek wisata	• Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali/objek wisata • Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali/dekat objek wisata dan brosur/leaflet
	b. Jenis informasi yang dicari	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata,tempat menginap, dan tempat makan	• Jenis dan lokasi objek wisata di Bali • Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata,tempat menginap, dan tempat makan • Jenis, harga,dan lokasi tempat menginap

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	SAAT KUNJUNGAN	
		<i>Peak Season</i>	<i>Low Season</i>
	c. Jenis informasi yang diperoleh	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis, harga, dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan
10.	Pola pemilihan tempat menginap		
	a. Tempat menginap	- Hotel melati - Hotel bintang - Rumah keluarga/saudara/teman	- Hotel melati - Rumah keluarga/saudara/teman - Hotel bintang
	b. Pemesanan tempat menginap	Tidak memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu
	c. Cara memesan tempat menginap	- Pesan sendiri melalui telepon dan biro perjalanan - Keluarga/saudara/teman yang tinggal dekat tempat menginap	- Pesan sendiri melalui telepon - Internet
	d. Faktor penentu pilihan tempat menginap	- Lokasi yang sesuai/strategis - Harga - Pelayanan yang baik	- Citra hotel/akomodasi - Harga - Lokasi yang sesuai/strategis
	e. Kegiatan di tempat menginap	- Menikmati hiburan - Tidak ada	- Olahraga - Berkumpul dengan keluarga
11.	Pola pemilihan tempat makan		
	a. Tempat makan	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman
	b. Jenis makanan	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali
	c. Harga makanan per orang untuk sekali makan	< Rp 15.000 - Rp 15.001-Rp 25.000	< Rp 15.000 - Rp 15.001-Rp 25.000
	d. Faktor penentu pilihan tempat makan	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Kebersihan/higienis - Harga yang sesuai
12.	Pola pembelian cenderamata		
	a. Jenis cenderamata	- Baju, celana, kaos - Kain Bali - Souvenir mini	- Baju, celana, kaos - Souvenir mini - Kain Bali
	b. Biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli cenderamata	> Rp 300.000 - Rp 200.001-Rp 300.000	> Rp 300.000 - Rp 100.001-Rp 200.000
	c. Faktor penentu pilihan cenderamata yang sudah dibeli	- Khas Bali - Harga murah - Indah	- Khas Bali - Harga murah - Indah
	d. Pendapat tentang harga cenderamata di Bali	Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya

6.4 Segmentasi Geografis

Karakteristik sosio-eko-demografis dan pola perjalanan wisata wisnus berdasarkan segmentasi geografis sangat beragam. Segmentasi geografis ini meliputi wisnus yang berdomisili di Bali dan luar Bali. Domisili luar Bali akan diuraikan lagi berdasarkan propinsi domisili responden wisnus, yaitu Jakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, dan propinsi lainnya.

Karakteristik sosio-eko-demografis segmen ini menunjukkan pola yang berbeda untuk tiap kelompok propinsi domisili responden. Kondisi sosio-eko-demografis yang menunjukkan karakteristik yang sama untuk masing-masing kelompok propinsi domisili responden hanya karakteristik jenis kelamin responden.

Karakteristik pola perjalanan wisata segmen ini menunjukkan bahwa wisnus yang berdomisili di propinsi A memiliki karakteristik pola perjalanan wisata yang sama dengan responden yang berdomisili di propinsi B, tetapi berbeda dengan responden yang berdomisili di propinsi C. Karakteristik pola perjalanan wisata yang sama berdasarkan segmentasi geografis ditunjukkan pada waktu perjalanan yang dipilih responden, jenis informasi yang dicari responden, jenis informasi yang diperoleh, pemesanan tempat menginap, faktor penentu pilihan cenderamata, dan pendapat responden tentang harga cenderamata yang dijual di Bali.

TABEL VI.7

**Distribusi Karakteristik Sosio-Eko-Demografis Wisatawan Nusantara
di Bali Berdasarkan Segmentasi Geografis**

NO.	KARAKTERISTIK SOSIO-EKO- DEMOGRAFIS	PROPINSI DOMISILI RESPONDEN WISATAWAN NUSANTARA				
		Bali	Jawa Timur	DKI Jakarta	Jawa Tengah	Lainnya
1.	Jenis kelamin	• Laki-laki	• Laki-laki	• Laki-laki	• Laki-laki	• Laki-laki
2.	Kelompok usia	• 26-45 tahun • 19-25 tahun	• 26-45 tahun • 19-25 tahun	• 26-45 tahun • 19-25 tahun	• 26-45 tahun • 13-18 tahun	• 26-45 tahun • 19-25 tahun
3.	Status pekerjaan	• Pegawai swasta • Pegawai negeri	• Pegawai swasta • Pegawai negeri	• Pegawai swasta • Pelajar/mahasiswa	• Pelajar/mahasiswa • Pegawai negeri	• Pegawai swasta • Pelajar/mahasiswa & pegawai negeri
4.	Status perkawinan	• Kawin	• Kawin	• Kawin	• Belum kawin	• Kawin
5.	Tingkat pendidikan	• SLA • S1	• S1 • SLA	• S1 • SLA	• SLA • S1	• S1 • SLA
6.	Tingkat pendapatan	• Rp.1.000.001- Rp.2.000.000 • Rp.500.001- Rp.1.000.000	• Rp.1.000.001- Rp.2.000.000 • Rp.500.001- Rp.1.000.000	• Rp.2.000.001- Rp.1.000.000 • Rp.1.000.001- Rp.2.000.000	• Rp.1.000.001- Rp.2.000.000 • Rp.500.001 - Rp.1.000.000	• Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000 • Rp. 500.001- Rp. 1.000.000
7.	Tingkat pengeluaran	• Rp.500.001 – Rp.1.000.000 • < Rp.500.000	• Rp.500.001- Rp.1.000.000 • Rp.1.000.001- Rp.2.000.000	• Rp.1.000.001- Rp.2.000.000 • Rp.2.000.001- Rp.3.000.000	• < Rp.500.000 • Rp.500.001- Rp.1.000.000	• Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000 • Rp. 1.000.001- Rp. 2.000.000

TABEL VI.8

**Distribusi Karakteristik Pola Perjalanan Wisatawan Nusantara
di Bali Berdasarkan Segmentasi Geografis**

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	PROPINSI DOMISILI RESPONDEN				
		Bali	DKI Jakarta	Jawa Timur	Jawa Tengah	Lainnya
1.	Frekuensi kunjungan					
	Frekuensi kunjungan ke Bali	na	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan pertama kali	• Kunjungan pertama kali • Kunjungan 2-5 kali	• Kunjungan pertama kali • Kunjungan 2-5 kali
	Frekuensi kunjungan wisnus domisili Bali ke objek wisata	• Kunjungan 2-5 kali • Kunjungan > 5 kali	na	na	na	na
2.	Moda transportasi					
	a. Moda transportasi ke Bali	na	• Pesawat udara • Mobil pribadi	• Mobil pribadi • Bus umum	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi
	b. Moda transportasi di Bali	• Mobil pribadi • Sepeda motor	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)	• Mobil sewa (termasuk bus sewa) • Mobil pribadi	• Mobil pribadi • Mobil sewa (termasuk bus sewa)
3.	Tujuan utama perjalanan	• Liburan/rekreasi • Perdagangan/bisnis (4,52%)	• Liburan/rekreasi • Dinas kantor, rapat, supervisi dll.	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke teman atau keluarga	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke teman/keluarga (7,98%)	• Liburan/rekreasi • Kunjungan ke teman/keluarga (9,56%)
4.	Lama kunjungan					
	Lama tinggal	na	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari	• 4-7 hari • 2-3 hari
	Lama kunjungan di objek wisata bagi wisnus domisili Bali	• 1-2 jam • 2-3 jam	na	na	na	na
5.	Waktu kunjungan	tad	• Libur sekolah • Tidak tentu	• Libur sekolah • Tidak tentu	• Libur sekolah • Tidak tentu	• Libur sekolah • Tidak tentu
6.	Teman perjalanan	• Keluarga/saudara • Rekan kerja	• Keluarga/saudara • Rekan kerja	• Keluarga/saudara • Rekan kerja	• Keluarga/saudara • Teman sekolah	• Keluarga/saudara • Rekan kerja

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	PROPINSI DOMISILI RESPONDEN				
		Bali	DKI Jakarta	Jawa Timur	Jawa Tengah	Lainnya
7.	Pengatur perjalanan	- Sendiri - Keluarga/saudara/teman	- Sendiri - Keluarga/saudara/teman	- Sendiri - Keluarga/saudara/teman	- Sendiri - Sekolah - Biro perjalanan	- Sendiri - Keluarga/saudara/teman
8.	Pengeluaran berwisata	< Rp. 100.000 - Rp. 100.001- Rp. 250.000	>Rp 3.000.000,- - Rp 500.000-Rp. 1.000.000	- Rp 500.000-Rp.1.000.000 - Rp 1.000.000-Rp.1.500.000	< Rp. 500.000,- - Rp. 500.000- Rp. 1.000.000	- Rp 500.000- Rp 1.000.000 > Rp 3.000.000
9.	Pola perolehan informasi					
	a. Sumber informasi	- Keluarga/saudara/teman yang pernah ke objek wisata tertentu - Keluarga/saudara/teman yang tinggal dekat dg objek wisata	- Brosur/leaflet - Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali	- Keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali - Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali	- Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali - Biro perjalanan	- Brosur/leaflet - Keluarga/saudara/teman yang pernah ke Bali
	b. Jenis informasi yang dicari	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum
	c. Jenis informasi yang diperoleh	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum	- Jenis dan lokasi objek wisata di Bali - Jenis,harga dan lokasi tempat menginap - Jenis dan lokasi pencapaian ke objek wisata, tempat menginap, dan tempat makan/minum

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	PROPINSI DOMISILI RESPONDEN				
		Bali	DKI Jakarta	Jawa Timur	Jawa Tengah	Lainnya
10.	Pola Pemilihan Tempat Menginap					
	a. Tempat menginap	Rumah keluarga/saudara/teman	- Hotel bintang - Hotel melati	- Hotel melati - Rmh keluarga/saudara/teman	- Hotel melati - Rmh keluarga/saudara/teman	- Hotel melati - Hotel bintang
	b. Pemesanan tempat menginap	Memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu	Tidak memesan terlebih dahulu
	c. Cara memesan tempat menginap	- Pesan sendiri melalui telepon - Internet&biro perjalanan	- Pesan sendiri melalui telepon - Biro perjalanan	- Pesan sendiri melalui telepon - Biro perjalanan	- Biro perjalanan - Pesan sendiri melalui telepon	- Biro perjalanan - Pesan sendiri melalui telepon
	d. Faktor penentu pilihan tempat menginap	- Kekeluargaan dan harga - Pelayanan yang baik dan lokasi yg sesuai/strategis	- Lokasi yg sesuai/strategis - Pelayanan yang baik - Harga	- Lokasi yang sesuai/strategis - Harga - Kekeluargaan	- Lokasi yang sesuai/strategis - Harga - Pelayanan yang baik	- Harga - Lokasi yg sesuai/strategis - Pelayanan
	e. Kegiatan di tempat menginap	- Berkumpul dengan keluarga - Menikmati hiburan dan jalan-jalan	- Menikmati hiburan - Olahraga	- Tidak ada - Menikmati hiburan	- Tidak ada - Menikmati hiburan	- Menikmati hiburan - Tidak ada
11.	Pola pemilihan tempat makan					
	a. Tempat makan	- Rumah makan/restoran - Bawa/masak sendiri	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman	- Rumah makan/restoran - Rumah keluarga/saudara/teman
	b. Jenis makanan	- Makanan khas Bali - Makanan khas daerah lain dan <i>fast food</i>	- Makanan khas Bali - Makanan khas daerah lain	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali	- Makanan khas daerah lain - Makanan khas Bali
	c. Harga makanan per orang untuk sekali makan	< Rp 15.000 - Rp 15.000-Rp 25.000	- Rp 15.001-Rp 25.000 < Rp 15.000	< Rp 15.000 - Rp 15.001-Rp 25.000	< Rp 15.000 - Rp 15.001-Rp 25.000	- Rp 15.001-Rp 25.000 < Rp 15.000
	d. Faktor penentu pilihan tempat makan	- Jenis makanan yg dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Kebersihan/higienis - Harga yang sesuai	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis	- Jenis makanan yang dijual - Harga yang sesuai - Kebersihan/higienis

NO	KARAKTERISTIK POLA PERJALANAN WISATA	PROPINSI DOMISILI RESPONDEN				
		Bali	DKI Jakarta	Jawa Timur	Jawa Tengah	Lainnya
12.	Pola pembelian cenderamata					
	a. Jenis cenderamata	• Baju, celana, kaos • Kain Bali • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung dll)	• Baju, celana, kaos • Kain Bali • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung dll)	• Baju, celana, kaos • Kain Bali • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung dll)	• Baju, celana, kaos • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung dll) • Kain Bali	• Baju, celana, kaos • Souvenir mini (gantungan kunci, gelang, kalung dll) • Kain Bali
	b. Biaya yang sudah dikeluarkan untuk membeli cenderamata	• < Ro. 50.000 • Rp. 50.001-Rp. 100.000	• >Rp 300.000,- • Rp 200.001-Rp 300.000,-	• >Rp 300.000,- • Rp 200.001-Rp 300.000,-	• Rp 100.001-Rp 200.000,- • > Rp 300.000,-	• >Rp 300.000,- • Rp 100.001- Rp 200.000,-
	c. Faktor penentu pilihan cenderamata	• Harga murah • Indah • Khas Bali	• Khas Bali • Harga murah • Indah	• Khas Bali • Harga murah • Indah	• Khas Bali • Harga murah • Indah	• Khas Bali • Harga murah • Indah
	d. Pendapat tentang harga cenderamata di Bali	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya	• Sesuai dengan kualitas/keindahan/keunikannya

BAB 7

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Bab ini merupakan kesimpulan hasil analisis kualitatif dan kuantitatif serta rekomendasi bagi pengembangan pariwisata nusantara di Bali.

7.1 Kesimpulan Analisis Kualitatif

Hasil analisis kualitatif menunjukkan ketidaksesuaian dalam beberapa hal yang perlu menjadi perhatian bila akan dilakukan penelitian lebih lanjut tentang wisatawan nusantara.

Mismatch 1:

Ketidaksesuaian karakteristik permintaan wisatawan nusantara dengan penyediaan pariwisata

Hal ini diantaranya tercermin pada:

1. bahasa yang digunakan di brosur-brosur produk wisata yang banyak dijumpai di bandara, *tourists information*, *lobby hotel*, dan sebagainya,
2. jenis produk wisata yang diselenggarakan oleh industri wisata setempat,
3. jenis dan desain fasilitas wisata di tempat-tempat tertentu, misalnya hotel, kafe/restoran, fasilitas *retail* di pusat-pusat wisata, dan sebagainya,
4. jenis dan cara penyampaian informasi di *website* yang memuat pariwisata Bali.

Hal-hal yang sudah lama dikembangkan untuk lebih menarik atau memperpanjang *length of stay* wisatawan mancanegara ini perlu modifikasi yang tidak sederhana bila ingin dialihkan untuk mengakomodasi karakter wisatawan nusantara.

Bukan hanya informasi, fasilitas, produk, maupun bagian kegiatan pariwisata yang bisa dilihat sebagai *supply* untuk wisatawan mancanegara, tetapi banyak pelaku (*stakeholders*) pariwisata yang cara berfikir maupun konsep-konsep pengembangannya masih secara intrinsik mengutamakan wisatawan mancanegara. Dengan demikian pengembangan pariwisata untuk pasar wisnus masih merupakan tantangan yang tidak mudah. Diperlukan sistem manajemen kegiatan wisata yang lebih kompleks untuk menyelaraskan karakteristik wisnus dan penyediaan wisata di Bali khususnya.

Mismatch 2:

Heterogenitas definisi istilah-istilah yang berhubungan dengan wisatawan nusantara

Dalam desain maupun pelaksanaan penelitian wisnus di Bali dijumpai banyak ketidaksesuaian dalam pendefinisian istilah, baik dalam lingkup teori, literatur, maupun data sekunder yang memuat studi atau pun data tentang wisatawan nusantara. Dalam Undang-Undang Kepariwisata pun definisi-definisi istilah yang ingin digunakan dalam penelitian wisatawan nusantara ini bahkan sulit ditemukan. Bila fokus kebijakan atau studi lebih lanjut ingin diarahkan ke wisatawan nusantara, maka usaha penyeragaman definisi istilah perlu merupakan bagian yang secara sadar harus dilakukan.

Lebih rinci, perbedaan atau ketidaksesuaian penggunaan istilah atau definisi ini dijumpai di:

- Pencatat data di masing-masing objek wisata atau lokasi penghitungan wisnus lainnya (misalnya: penyeberangan *ferry*, bandara, dan sebagainya)
- Pencatat data di tiap kantor-kantor di tingkat kabupaten
- Pihak-pihak yang diwawancarai sebagai sumber data kualitatif

Mismatch 3:

Pandangan skeptis terhadap potensi ekonomi wisnus dan perkiraan besaran ekonomi yang dihasilkan wisatawan nusantara di Bali

Selama penelitian dilakukan, masih dijumpai pendapat skeptis tentang pengembangan pariwisata yang terfokus pada wisatawan nusantara, terutama dari pihak industri wisata. Hasil analisis penelitian ini mengindikasikan wisnus sebagai potensi yang sangat besar.

Walaupun angka tepat yang bisa menunjukkan jumlah wisatawan nusantara yang datang ke Bali masih merupakan hal yang sulit, tetapi data tahun 2001 menunjukkan bahwa jumlah penumpang yang melakukan penerbangan domestik di Bandara Ngurah Rai adalah 782.432 orang dan jumlah pelaku perjalanan yang menyeberang di Gilimanuk adalah sekitar 5000 orang perhari, artinya sekitar 1.750.000 setahun, serta yang menyeberang Padang Bai sekitar 1000 per hari (350.000 setahun). Sementara itu pengeluaran sebagian besar wisatawan adalah Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000. Jadi, dengan perkiraan yang sangat kasar, bila jumlah wisnus adalah hanya 15% dari jumlah data di atas, maka wisatawan nusantara di Bali bisa membuat kegiatan ekonomi sebesar Rp. 1,5 trilyun rupiah. Besarnya nilai ekonomi ini, tidak diragukan lagi menjadi potensi yang sangat besar untuk pembangunan umumnya, tidak hanya di sektor pariwisata, tetapi juga sektor-sektor lainnya.

7.2 Kesimpulan Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif data kuesioner yang telah diuraikan pada bab 3 dan 4 dalam buku 2 ini menghasilkan beberapa temuan studi yang menarik, yaitu:

1. Bali tidak hanya menarik bagi wisatawan mancanegara tetapi juga wisatawan nusantara, terutama yang berasal dari Pulau Jawa, bahkan Bali telah menjadi daerah tujuan wisata yang populer bagi wisatawan nusantara. Hal ini tampak dari banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Bali (baik yang baru pertama kali berkunjung maupun yang melakukan kunjungan ulang) dengan lama tinggal yang cukup panjang (4-7 hari).
2. Objek wisata di Bali yang banyak jumlahnya dan beragam jenisnya memungkinkan bagi wisatawan untuk memilih objek wisata yang sesuai dengan selera atau preferensi mereka. Pantai Kuta, Tanah Lot dan Kintamani merupakan objek wisata yang populer dan disenangi oleh wisatawan nusantara terutama bagi golongan remaja atau siswa sekolah. Sementara itu, wisatawan lanjut usia, yang biasanya menyukai ketenangan, lebih suka mengunjungi tempat wisata yang sepi dengan bentang alam yang indah seperti Bedugul dan Kintamani.
3. Berbeda dengan wisnus dari luar Bali yang motivasi utamanya ke Bali untuk berlibur, sebagian besar wisnus domisili Bali mempunyai motivasi sosial (acara keagamaan/adat dan menjenguk keluarga), selain menikmati liburan.
4. Wisnus yang menjadi responden dalam studi ini sebagian besar tidak memesan penginapan terlebih dahulu sebelum pergi ke Bali. Mereka mencari penginapan setelah tiba di Bali dan sebagian besar dari mereka memanfaatkan jasa biro perjalanan untuk mendapatkan penginapan. Sebagian besar dari mereka tidak merasa kesulitan

untuk memperoleh tempat menginap. Kondisi ini mengindikasikan bahwa secara kuantitas sediaan fasilitas akomodasi di Bali sudah dapat memenuhi kebutuhan wisatawan.

5. Hal menarik lainnya yang ditemukan dari analisis pola pemilihan tempat menginap ini adalah beberapa responden wisnus yang bertempat tinggal di Bali ada yang menginap dan sebagian besar dari mereka melakukan pemesanan tempat menginap terlebih dahulu sebelum datang ke tempat tujuannya.
6. Sumber informasi wisnus yang datang ke Bali didominasi oleh keluarga/saudara/teman yang tinggal di Bali atau pernah ke Bali. Hal ini menunjukkan bahwa promosi pariwisata Bali cukup banyak yang dilakukan dari mulut ke mulut (*words of mouth*). Dengan demikian masalah kepuasan konsumen menjadi hal yang sangat penting dalam melakukan pemasaran bagi pariwisata Bali.
7. Sebagian besar responden lebih memilih mengatur perjalanannya sendiri, bersama keluarga, saudara, atau teman dibandingkan memanfaatkan jasa biro perjalanan. Hal ini mengindikasikan bahwa wisnus di Bali lebih senang mengunjungi objek dan daya tarik wisata yang ingin dikunjunginya tanpa terikat oleh waktu atau kegiatan yang telah ditentukan.
8. Jenis makanan yang dicari oleh sebagian besar wisnus dari luar Bali adalah makanan khas daerahnya sendiri atau daerah lain di luar Bali, bukan makanan khas Bali, padahal umumnya wisatawan yang datang ke suatu daerah ingin mencicipi makanan khas daerah yang menjadi tujuan wisatanya. Kondisi ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan keyakinan yang dianut oleh wisnus dari luar Bali dan keyakinan masyarakat Bali pada umumnya.
9. Sebagian besar responden wisnus di Bali ternyata mengeluarkan cukup banyak uang hanya untuk membeli cenderamata (>Rp. 300.000). Hal ini selain menunjukkan bahwa cenderamata di Bali memiliki daya tarik yang cukup besar, juga mengindikasikan usaha cenderamata merupakan usaha yang sangat potensial untuk terus dikembangkan oleh masyarakat Bali.

7.3 Isu-isu Strategis Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali

- Potensi wisatawan nusantara ke Bali yang cukup besar belum ditangani dan dimanfaatkan dengan baik.
- Data kualitatif maupun hasil observasi menunjukkan bahwa promosi yang dilakukan oleh *stakeholders* di Bali juga lebih banyak ditujukan kepada wisman, yang antara lain dapat dilihat dari brosur/*leaflet* yang sebagian besar berbahasa asing.
- Suatu daerah wisata yang hanya mengandalkan kedatangan wisman akan mempunyai resiko yang relatif besar bila terjadi sesuatu yang mempengaruhi kedatangan wisman seperti yang dialami Bali beberapa waktu lalu sampai saat ini.
- Interpretasi data kualitatif juga mengindikasikan bahwa peran wisatawan nusantara dalam menghidupkan perekonomian lokal memang tidak sebesar dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh kedatangan wisman. Namun *leakages* (kebocoran) pendapatan yang diperoleh dari wisnus diperkirakan juga relatif lebih kecil dari pada *leakages* yang ditimbulkan oleh wisman. Selain itu dampak sosial budaya yang ditimbulkan oleh wisnus mungkin relatif lebih kecil dibandingkan dampak sosial budaya yang ditimbulkan oleh kedatangan wisman.

- Penelitian ini menunjukkan bahwa berbagai upaya dapat dilakukan untuk meningkatkan jumlah wisatawan nusantara, seperti promosi yang selama ini lebih difokuskan kepada wisman sudah saatnya juga diarahkan kepada wisnus, termasuk promosi langsung ke lembaga-lembaga, sekolah-sekolah, dan lain-lain, baik secara langsung maupun tidak langsung, berbagai jenis fasilitas dan jasa yang selama ini mungkin hanya dapat dimanfaatkan oleh wisman, kelak juga akan dapat dimanfaatkan dan dijangkau oleh wisnus.
- Setiap wisatawan ingin memperoleh pengalaman yang memuaskan dari kegiatan wisata yang dilakukannya.
- Sebagian besar wisnus memperoleh informasi tentang Bali secara informal, yaitu dari keluarga atau teman yang pernah berwisata ke Bali atau yang tinggal/pernah tinggal di Bali. Dengan demikian promosi pariwisata Bali cukup banyak yang dilakukan dari mulut ke mulut (*words of mouth*) sehingga faktor kepuasan konsumen (wisatawan) menjadi sangat penting.
- Walaupun pengembangan potensi wisatawan nusantara sudah mulai dimengerti, penggarapannya masih kurang menjadi komitmen pihak-pihak yang terkait, misalnya: industri wisata, pemerintah, atau organisasi-organisasi lain yang terkait dengan pariwisata di Indonesia saat ini (peneliti, akademisi, lembaga-lembaga swadaya pemerintah, dan sebagainya).
- Di masa mendatang, Bali diperkirakan masih tetap menjadi daerah wisata populer bagi wisatawan nusantara, khususnya yang berasal dari Pulau Jawa. Berbagai upaya yang dilakukan agar semakin banyak wisatawan nusantara yang tertarik berwisata ke Bali harus memperhatikan kemungkinan terburuk yang ditimbulkan oleh kekurangstabilan kondisi politik dan keamanan tersebut.
- Di satu sisi, jatuhnya pariwisata Bali karena ditinggalkan wisman semenjak peristiwa bom Legian yang lalu memukul berbagai sektor kehidupan perekonomian di Bali, namun di sisi lain wisatawan nusantara diuntungkan oleh kondisi tersebut karena dapat menikmati berbagai produk wisata dengan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan kondisi sebelumnya. Kejadian tersebut juga dapat menjadi media untuk meninjau kembali atau introspeksi pada segala sesuatu yang telah dilakukan terhadap pariwisata Bali selama ini.

7.4 Rekomendasi bagi Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali

Dari kesimpulan dan perumusan isu-isu strategis dalam pengembangan pariwisata nusantara di Bali disusun rekomendasi sebagai masukan untuk menyusun kebijakan pengembangan pariwisata nusantara di Bali. Rekomendasi yang diberikan merupakan indikasi awal kebijakan, strategi, dan program pengembangan pariwisata nusantara di Bali seperti tertera pada halaman berikut. Untuk menjadikan tabel di halaman berikut sebagai kebijakan pengembangan pariwisata nusantara yang bisa dioperasionalkan di Bali tentu saja masih harus memerlukan analisis lebih luas dan mendalam.

TABEL VII

Indikasi Kebijakan, Strategi, dan Program Pengembangan Pariwisata Nusantara di Bali

ASPEK	INDIKASI KEBIJAKAN	INDIKASI STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	INSTANSI YANG TERLIBAT
Pengetahuan tentang wisnus dan sumber daya manusia untuk wisnus	– Peningkatan pengetahuan dan pemahaman terhadap wisatawan nusantara	– Peningkatan kesadaran seluruh <i>stakeholders</i> pariwisata akan pentingnya wisnus sebagai potensi pengembangan – Peningkatan pengetahuan dan profesionalitas pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan kegiatan wisnus – Peningkatkan kemitraan yang mendukung pengembangan pengetahuan	– Sosialisasi hasil penelitian yang terkait dengan potensi pasar wisnus di Bali kepada <i>stakeholders</i> pariwisata – Penyelenggaraan pelatihan-pelatihan yang terkait dengan peningkatan pengetahuan dan kemampuan pariwisata bagi <i>stakeholders</i> pariwisata – Penyelenggaraan kegiatan bersama dengan instansi terkait di luar pariwisata dan/atau dengan industri pariwisata	– Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten – Industri-industri pariwisata – Perguruan tinggi
Produk wisata bagi wisnus	– Pengembangan produk wisata yang diminati wisnus	– Pengembangan paket-paket wisata bagi wisnus – Pengembangan objek dan program wisata yang diminati wisnus – Peningkatan kemitraan dalam pengembangan produk wisnus	– Penyediaan paket wisata ke tempat-tempat wisata yang diminati wisnus dengan harga yang terjangkau – Pengadaan program-program wisata yang diminati wisnus secara regular – Diversifikasi produk-produk wisata di objek-objek yang diminati wisnus – Melaksanakan penelitian atau survei yang menerus untuk menyediakan data yang dibutuhkan bagi pengembangan produk wisata nusantara di Bali	– Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten – Biro perjalanan – Pengelola objek wisata – Perguruan tinggi
	– Peningkatan kualitas dan kenyamanan bagi wisnus	– Peningkatan kebersihan di objek-objek wisata	– Penyediaan tempat sampah di tempat-tempat konsentrasi	– Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten

ASPEK	INDIKASI KEBIJAKAN	INDIKASI STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	INSTANSI YANG TERLIBAT
	yang menikmati produk-produk wisata	– Pengakomodasian kebutuhan-kebutuhan khas wisnus untuk masing-masing segmen tertentu	wisatawan di objek wisata – Pengaktifan kembali petugas-petugas kebersihan di objek-objek wisata – Pemasangan papan kampanye kebersihan di objek-objek wisata – Penyediaan fasilitas-fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisnus, baik desain fasilitas maupun tingkat <i>privacy</i> atau kebutuhan akan kebersamaan/berkelompok	– Dinas kebersihan propinsi/kota/kabupaten – Pengelola objek wisata
Fasilitas penunjang wisata bagi wisnus	– Peningkatan kualitas fasilitas di objek wisata yang menjadi konsentrasi wisnus	– Peningkatan kualitas fasilitas umum di objek wisata – Peningkatan kualitas fasilitas pelayanan di objek wisata – Pengembangan tempat penjualan cenderamata di objek-objek wisata	– Perbaikan kondisi fisik dan kualitas pelayanan fasilitas umum di objek-objek wisata – Perbaikan kualitas dan penataan fasilitas pelayanan di objek wisata – Lokalisasi pedagang cenderamata asongan di objek wisata	– Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten – Dinas pekerjaan umum propinsi/kota/kabupaten – Pengelola objek wisata
	– Peningkatan kualitas fasilitas di sekitar objek wisata yang menjadi konsentrasi wisnus	– Penyediaan fasilitas tempat makan/minum yang sesuai dengan permintaan wisnus – Penyediaan fasilitas penginapan untuk wisnus di sekitar objek-objek wisata – Penyediaan fasilitas keuangan (atm) dekat objek wisata – Penyediaan balai kesehatan di dekat objek wisata	– Peningkatan kerjasama dengan masyarakat setempat dalam pengadaan fasilitas tempat makan/minum dengan menu makanan khas daerah di Indonesia dengan tingkat harga yang terjangkau wisnus – Peningkatan kerjasama dengan masyarakat setempat dalam penyediaan <i>homestay</i> di tempat-tempat konsentrasi wisnus – Peningkatan kerjasama dengan	– Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten – Masyarakat setempat – Pengelola objek wisata – Bank – Dinas kesehatan propinsi/kota/kabupaten

ASPEK	INDIKASI KEBIJAKAN	INDIKASI STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	INSTANSI YANG TERLIBAT
			bank dalam penyediaan fasilitas keuangan di sekitar objek wisata – Peningkatan kerjasama dengan dinas kesehatan dalam penyediaan balai kesehatan dan pengobatan di sekitar objek wisata	
Aksesibilitas	– Peningkatan kinerja fasilitas penyeberangan ke Bali	– Peningkatan kualitas dermaga dan fasilitas pelabuhan lainnya – Peningkatan kualitas kapal penyeberangan di Bali	– Perbaikan kondisi fisik dermaga dan fasilitas pelabuhan lain – Perbaikan kondisi fisik kapal penyeberangan – Peningkatan kualitas pelayanan kepada penumpang kapal penyeberangan – Peningkatan kualitas pelayanan di pelabuhan	– P.T. ASDP – Dinas perhubungan Propinsi Bali
	– Peningkatan kinerja pelayanan angkutan dalam kota Bali	– Peningkatan kualitas pelayanan angkutan kota bagi wisnus – Pengadaan angkutan wisata	– Penambahan jalur-jalur angkutan kota yang melayani objek-objek wisata yang diminati wisnus – Kerjasama dengan ORGANDA dalam penyediaan angkutan wisata	– ORGANDA – DLLAJR – Dinas pariwisata kota/kabupaten
	– Peningkatan pelayanan angkutan udara disesuaikan dengan kebutuhan wisnus	– Penyesuaian harga pelayanan angkutan udara (tiket dan <i>airport tax</i>) dengan <i>willingness to pay</i> wisnus – Penyediaan angkutan massal dari Bandara Ngurah Rai ke titik-titik lokasi yang diminati wisnus	– Pelaksanaan studi tentang preferensi, termasuk <i>willingness to pay</i> wisnus pengguna bandara. – Pelaksanaan studi kelayakan penyediaan angkutan umum massal dari Bandara ke titik-titik lokasi yang diminati wisnus.	– PT. Angkasa Pura – Dinas Perhubungan Propinsi Bali

ASPEK	INDIKASI KEBIJAKAN	INDIKASI STRATEGI	INDIKASI PROGRAM	INSTANSI YANG TERLIBAT
Informasi dan promosi bagi wisnus	- Pengembangan informasi dan promosi bagi wisnus	- Pengembangan promosi bagi pasar wisnus melalui media cetak - Pengembangan promosi berbahasa Indonesia dengan memanfaatkan teknologi internet - Peningkatan kualitas penyediaan informasi wisata berbahasa Indonesia	- Pembuatan brosur/leaflet berbahasa Indonesia - Penggalakan iklan fasilitas wisata berbahasa Indonesia di majalah/koran/media massa lainnya - Pembuatan brosur/leaflet terpadu tentang fasilitas-fasilitas wisata yang menjadi minat dan terjangkau harganya oleh wisnus - Penyebaran brosur/leaflet di tempat-tempat konsentrasi wisnus - Penyediaan informasi berbahasa Indonesia dalam situs internet promosi pariwisata di Bali - Pengaktifan kembali fungsi <i>Tourist Information Centre</i> (TIC) di tempat-tempat konsentrasi wisnus - Pembaruan informasi-informasi yang tersedia di TIC - Perbaikan kondisi fisik dan peningkatan kualitas fasilitas yang tersedia di TIC	- Dinas pariwisata propinsi/kota/kabupaten - Biro perjalanan - Pengelola tempat makan/minum - Pengelola hotel - Penyedia transportasi

Perpustakaan
Jenderal