

## **ANALISIS PERILAKU KONSUMEN PADA BIRO PERJALANAN WISATA BERBASIS *SOPHISTICATION* DI KOTA MAKASSAR DAN LOMBOK**

Atriana Djabbar<sup>1</sup>, Amirullah<sup>2</sup>, Sri Maryati<sup>3</sup>

atrianadj@gmail.com  
amirullahakpar@gmail.com  
srimaryatia@gmail.com

Politeknik Pariwisata Makassar

### Abstract

The study aims to analyze consumer behavior on sophistication-based travel agencies in the cities of Makassar and Lombok. The research method used is qualitative descriptive with both quantitative and qualitational approaches. Data collection is done through interviews, observations, questionnaires, document studies, and focus group discussions. The findings show several trends and patterns of consumer behavior in the travel industry, including: increased use of digital technology, preference for meaningful and sustainable travel experiences, personalization of technology-based services, flexibility in travel planning, and search for unique and authentic experiences. The travel components that tourists mainly consider include transportation, accommodation, tourist attractions, food facilities, and gourmet shops. This research provides insight into the development of marketing strategies and preparation of maritime tour packages that match the current trends and consumer preferences.

Keywords: consumer behaviour, trends, behavioural patterns, travel agencies, sophistication

### **PENDAHULUAN**

Indonesia adalah destinasi bagus karena sumber daya alamnya yang beragam. Wisatawan menyukai tradisi, budaya, dan alam Indonesia yang indah. Jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Indonesia mencapai 1,13 juta pada Agustus 2023, menurut laporan Badan Pusat Statistik (BPS). Kunjungan turis asing ke Indonesia pada Agustus 2022 merupakan angka tertinggi sejak pandemi Covid-19. Ini meningkat 68,92% dibandingkan tahun sebelumnya.

Kunjungan wisatawan ke Tanah Air pada Agustus 2023 naik 1,02% (mom) dibandingkan bulan sebelumnya (month-on-month/mom). Menurut BPS, 73% dari 826,44 ribu kunjungan wisatawan ke Indonesia pada Agustus 2023 menggunakan moda udara, sebanyak 11,13% dari total kunjungan. Selanjutnya, 126,04 ribu kunjungan wisatawan melalui laut, dan 26,99 ribu

kunjungan wisatawan melalui darat, masing-masing.

Tren perjalanan wisata saat ini mengalami banyak perubahan karena berbagai alasan. Salah satunya adalah peningkatan kesadaran wisatawan akan pariwisata berkelanjutan, yang mengakibatkan pengunjung memilih sarana transportasi yang ramah lingkungan, mengurangi limbah dan plastik, dan mencari akomodasi yang berkomitmen terhadap praktik berkelanjutan. Teknologi juga memainkan peran penting dalam industri perjalanan wisata, seperti penggunaan aplikasi web untuk promosi dan persaingan harga dan layanan.

Perjalanan solo semakin populer di kalangan pelancong, terutama anak-anak. Banyak orang sekarang lebih suka merencanakan pengalaman pribadi yang unik dan eksklusif daripada mengikuti tur konvensional. Selain destinasi populer, banyak pelancong mencari pengalaman di tempat kurang tradisional atau kurang

dikunjungi. Hal ini dapat membantu menurunkan tingkat wisatawan yang berlebihan di beberapa lokasi dan membuka peluang ekonomi bagi komunitas kurang dikenal.

Tujuan biro perjalanan wisata adalah untuk meningkatkan industri pariwisata, terutama di Indonesia. Perjalanan wisata berbasis laut adalah evolusi dari perjalanan wisata yang mempertahankan wilayah dan ekosistemnya untuk generasi mendatang.

## **METODE**

Metode penelitian sangat penting untuk meningkatkan kualitas studi. Metode yang paling umum digunakan dalam penelitian adalah metode survei, yang melibatkan pengumpulan data dari peserta. Metode penelitian metode campuran, yang menggabungkan dua atau lebih metode penelitian, kualitatif dan kuantitatif, bertujuan untuk memberikan hasil dan informasi yang lebih komprehensif. Metode ini sering digunakan dalam ilmu sosial, psikologi, antropologi, dan komunikasi.

Metode campuran memiliki beberapa manfaat, termasuk memberikan hasil yang lebih lama, mengurangi jumlah hasil, dan meningkatkan pemahaman tentang masalah. Ini juga lebih fleksibel dan dapat digunakan dalam berbagai pengaturan, seperti penelitian baru, studi lapangan, dan studi lapangan.

Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman fenomena yang berkaitan dengan subjek penelitian, seperti persepsi, tindakan, motivasi, dan lainnya. Ini adalah metode penelitian kualitatif yang menggunakan metode deskriptif untuk menggambarkan fenomena dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang subjek.

Data dan Informasi sangat penting dalam penelitian, dengan data sebagai ukuran kuantitatif dari hubungan antara variabel. Data primer mengacu pada data yang diberikan kepada peneliti, sedangkan data sekunder adalah data yang tidak diberikan pada peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data

dari paket Inbound, Outbound dan Insentif tour.

Metode pengumpulan data meliputi kuesioner, observasi, survei, dan diskusi kelompok fokus. Wawancara adalah metode di mana peneliti mengajukan pertanyaan langsung ke subjek penelitian, seperti bertanya tentang topik, pengalaman, atau persepsi. Observasi melibatkan penggunaan data tanpa intervensi, sementara survei melibatkan responden yang memberikan informasi tentang topik penelitian. Studi dokumen memberikan informasi tentang topik, seperti buku, dokumen, atau artikel. Diskusi kelompok fokus memungkinkan berbagai perspektif dan pemahaman tentang topik.

Analisis data adalah metode deskriptif yang melibatkan menggambarkan, menganalisis, dan menafsirkan data dan informasi tanpa tujuan tertentu. Metode ini membantu dalam memahami hubungan antara variabel dan pertanyaan penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kota Makassar, yang terletak di bagian selatan Sulawesi Selatan, meliputi 175,77 km<sup>2</sup> dan mencakup 14 pulau. Secara administratif dibagi menjadi Gowa, Pangkajene Kepulauan, Maros, dan Selat Makassar. Topografi pulau ini ditandai dengan ketinggian tinggi dengan kedalaman 0,5 hingga 10 meter di dalam air. Pulau ini juga memiliki 12 pulau, termasuk Lanjutang, Langkai, Lumu-Lumu, Bone Tambung, Kodingareng, Barrang Lompo, Barrang Caddi, Samalona, Lae-Lae, Gusung, dan Kayangan. Kota Makassar adalah tujuan wisata populer di Indonesia, menawarkan berbagai layanan seperti paket wisata, penyewaan hotel dan mobil, transfer seluler, dan layanan visa. Beberapa paket wisata populer termasuk Caraka Travelindo, Dewi Wisata Tour & Travel, dan Mubarak Tour Makassar. Paket ini melayani berbagai destinasi di Sulawesi Selatan, termasuk Toraja, Tana Toraje, dan Spermonde.

Pembangunan pariwisata di Kota Makassar dan Lombok dimulai dengan pembentukan *Nederlandsch Indische*

Toeristen Bureau (NITB) pada tahun 1928. NITB mempromosikan pariwisata di Sulawesi Selatan ke seluruh dunia, akhirnya menjadi Kantor Pariwisata. (Kanpar). Selama bertahun-tahun, pengembangan layanan pariwisata di Kota Makassar telah mengalami beberapa perubahan dan perkembangan. Pemerintah telah mengembangkan Master Data Wisata Budaya, aplikasi yang menyediakan data sejarah, dan fasilitas pariwisata modern seperti taman hiburan indoor, kolam udara, lapangan golf mini, dan pusat konvensi. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan pariwisata di wilayah tersebut.

Di Lombok, Nusa Tenggara Barat, perbaikan signifikan telah diamati selama bertahun-tahun. Pada tahun 2013, ada 280 proyek pariwisata di Lombok, dibagi menjadi empat distrik dan satu kota. Proyek-proyek tersebut meliputi Lotus Lombok Tour, LA Dolce Vita, Network Holiday, Duta Pratama T&T, A n T Holidays Company, Coren Travel, Lombok Paradise, dan Lirik Lombok tour and travel. Pemerintah juga telah berfokus pada pengembangan potensi pariwisata dengan menyediakan berbagai langkah strategis seperti meningkatkan infrastruktur, industri, dan investasi. Selain itu, ia telah memprioritaskan konservasi sumber daya wisata dan lingkungan, dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata.

Studi ini menggunakan analisis kualitatif deskriptif untuk menganalisis tren dan perilaku konsumen di industri pariwisata di Kota Makassar dan Lombok. Sampel penelitian mencakup Tour Planners dan Owners of tourism di Kota Makassar dan Lombok. Temuan tersebut mengungkapkan bahwa industri pariwisata di Kota Makassar dan Lombok memiliki potensi pertumbuhan dan kreativitas yang signifikan.

Wisatawan sering kali memilih destinasi berdasarkan pengalaman sebelumnya dan kualitas fasilitas, mencari tempat yang menawarkan pengalaman unik dan tinggi, di Makassar dan Lombok, yang menawarkan panorama alam dan aktivitas.

Studi ini mengungkapkan perubahan signifikan dalam preferensi dan aktivitas wisatawan, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti kondisi lingkungan, perkembangan teknologi, dan perubahan gaya hidup. Studi ini menemukan bahwa popularitas produk pariwisata laut di Makassar telah meningkat karena pengaruh media sosial, seperti TikTok dan Instagram, yang memiliki dampak signifikan pada keputusan wisatawan tentang tujuan dan kegiatan. Media sosial, seperti TikTok dan Instagram, berfungsi sebagai inspirasi bagi wisatawan, terutama generasi muda. Tur masuk, seperti Inbound Tour, memiliki dampak positif pada komunitas lokal, dengan banyak wisatawan memilih untuk mengunjungi pantai Makassar dan pulau-pulau terdekat.

Personalisasi berbasis teknologi telah menjadi tren, dengan AI dan teknologi lainnya memberikan pengalaman yang lebih dipersonalisasi bagi wisatawan. AI dapat memberikan informasi tentang kegiatan dan memberikan informasi lokal yang akurat, sementara teknologi IoT membantu perencana wisata dan wisatawan merencanakan perjalanan mereka berdasarkan kondisi dan lokasi tujuan.

Sebagai kesimpulan, penelitian ini menyoroti pentingnya media sosial, kesadaran lingkungan, teknologi, dan perubahan gaya hidup dalam industri pariwisata laut. Menyoroti pentingnya fleksibilitas dalam merencanakan dan menawarkan tur yang disesuaikan untuk wisatawan. Ini juga menyoroti konsep "melambat" dalam pariwisata laut, di mana wisatawan dapat memilih kegiatan yang sesuai dengan minat mereka tanpa terburu-buru. Fleksibilitas ini sangat bermanfaat bagi wisatawan yang ingin mengalami pengalaman yang unik, otentik, dan tak terlupakan.

Menekankan pentingnya pariwisata kesehatan dan kesejahteraan, di mana wisatawan mencari destinasi dan kegiatan yang mempromosikan gaya hidup sehat dan kesehatan mental. Pentingnya kesehatan dan kesejahteraan dalam pariwisata laut juga

ditekankan, karena berkontribusi pada pengalaman holistik dan menyenangkan.

pentingnya memprioritaskan eksplorasi, karena banyak konsumen memotivasi eksplorasi atas aspek lain dari kehidupan mereka. Ini dapat menyebabkan preferensi untuk kegiatan seperti snorkeling, menyelam, dan eksplorasi bawah air. Kondisi ekonomi global dan regional dapat mempengaruhi pilihan paket, dan ketika ekonomi stabil, wisatawan dapat memilih paket dengan pengalaman lebih premium.

Studi ini berfokus pada aspek "Sangat Baik" laut, termasuk pentingnya kualitas air, kegiatan, fasilitas, layanan, budaya, konservasi, dan manajemen. Checklist terdiri dari berbagai komponen, termasuk jenis kegiatan, fasilitas dan layanan, budaya, konservasi, dan manajemen.

Aspek "Sangat Baik" meliputi pentingnya kualitas air, manfaat berenang, memancing, perahu, berlayar, windsurfing, menyelam, snorkeling, menonton paus, mengamati laut, dan pentingnya fasilitas dan layanan. Aspek "Sangat Kurang" meliputi kualitas pelayanan, kualitas layanan, budaya, konservasi, manajemen, dan manajemen laut.

Aspek "Sangat Kurang" termasuk pentingnya budaya, konservasi, pengelolaan, manajemen, dan manajemen laut. Aspek-aspek "Sangat Kurang" meliputi pentingnya laut, pentingnya laut, signifikansi laut, pentingnya laut, kepentingan laut, dan pentingnya air laut.

Studi ini berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi wisatawan di Makassar dan Lombok untuk destinasi pariwisata laut. Survei ini mengungkapkan preferensi seperti sifat tujuan, signifikansi budaya tujuan, kombinasi kegiatan bisnis dan rekreasi, dan pentingnya kegiatan kesehatan selama kunjungan. Penggunaan analisis data juga ditekankan, dengan responden menghargai efisiensi analisa data dalam pengambilan keputusan. Faktor yang mempengaruhi pilihan tujuan termasuk lingkungan, aksesibilitas, dan ketersediaan sumber daya. Media sosial dan rekomendasi dari berbagai sumber dianggap sebagai

informasi penting bagi wisatawan untuk memilih tujuan yang lebih menyenangkan dan bermanfaat. Studi ini juga menyoroti pentingnya faktor demografis dalam memilih tujuan, seperti usia, jenis kelamin, dan gaya hidup. Temuan ini menunjukkan bahwa pilihan tujuan dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk ketersediaan sumber daya, signifikansi budaya, dan ketersediaannya layanan.

## KESIMPULAN

Industri ritel mengalami perubahan signifikan karena perilaku konsumen yang canggih. Pengalaman ritel modern menjadi lebih dipersonalisasi dan diperkaya. Faktor-faktor kunci termasuk peningkatan fokus pada oftalmologi dan personalisasi, tanggung jawab sosial, penggunaan teknologi, kualitas layanan premium, komunitas online, dan tren kesehatan dan keamanan. Komponen seperti tujuan, harga, dan preferensi pribadi sangat penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan..

## DAFTAR PUSTAKA

- Abimbola, A. (2023, November 23). *Kekuatan Personalisasi dalam Strategi Pemasaran Digital*. <https://Mauonline.Net/the-Power-of-Personalization-in-Digital-Marketing-Strategies/>.
- Agustina, M., Trisnawati, J., & Kresna Darmasetiawan, N. (2008). Studi Perilaku Konsumen Wisatawan di Surabaya yang Berwisata ke Wisata Bahari Lamongan. *Psychology*.
- Anggriawan, B., Suardana, I. W., & Sendra, I. M. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Wisatawan Domestik Terhadap Produk Pariwisata Di Biro Perjalanan Wisata Bali. *JURNAL IPTA*.
- Asy'ari, R., Dienaputra, R. D., Nugraha, A., Tahir, R., Ucu Rakhman, C., & Rahmanda Putra, R. (2021). Kajian Konsep Ekowisata Berbasis Masyarakat Dalam Menunjang Pengembangan

- Pariwisata: Sebuah Studi Literatur. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Agama Dan Budaya*, 6.
- C. WILSON, J., & GARROD, B. (2002). Marine Ecotourism Issues and Experiences . In Brian Garrod and Julie C. Wilson (Ed.), *Marine Ecotourism Issues and Experiences* (Vol. 1, pp. 1–3). An imprint of Multilingual Matters Ltd.
- Caleb, A. (2018). Pengaruh Kepribadian Merek Tokopedia Terhadap Minat Beli Konsumen. *Psychology*.
- Cindy Mutia Anuar. (2023, October 3). *Kunjungan Turis Asing ke RI Tembus 1,13 Juta per Agustus 2023, Tertinggi Sejak Pandemi*. Databoks.
- Hadari, N. (2007). *Metode Penelitian Sosial*. Gajah Mada University Press.
- Hidayah. (2019). *Pemasaran Destinasi Pariwisata*. Alfabeta.
- <https://wisataindonesiatimur.wordpress.com/wisata-indonesia-timur/peta-wisata-sulawesi-selatan/>. (n.d.). *Peta Wisata Sulawesi Selatan*.
- I Wayan Wijayasa. (2019). Komponen Sebuah Perjalanan Wisata (Tour). *Pariwisata Budaya Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*.
- Itsaini Muharroroh Faqihah, W. W. N. N. (2022, June 9). *85 Persen Turis Indonesia Pilih Jasa Travel Agent untuk Wisata Domestik Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "85 Persen Turis Indonesia Pilih Jasa Travel Agent untuk Wisata Domestik "*, Klik untuk baca: <https://travel.kompas.com/read/2022/06/09/210600327/85-persen-turis-indonesia-pilih-jasa-travel-agent-untuk-wisata-domestik?page=all>. Kompas.com+ baca berita tanpa iklan: <https://kmp.im/plus6> Download aplikasi: <https://kmp.im/app6>. Kompas.Com.
- Kusmayadi. (2000). *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munisari. (2018). *Analisis Potensi Obyek Wisata Desa Sempalai Sebedang Kecamatan Sebawi Kabupaten Sambas*. Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan PGRI Pontianak.
- Rahayu Triani, A., Purnama, R., & Puspito Diah Setiyorini, H. (2014). Kinerja Tour Leader Dalam Meningkatkan Perilaku Pasca Pembelian Di Masa Yang Akan Datang Paket Wisata Di Marga Tour. *Tourism and Hospitality Essentials (THE) Journal*, 4.
- Siadari, Coki. (2018). Kumpulan Pengertian Menurut Para Ahli. In *Kumpulanpengertian.Com*.
- Solimun, Achmad Rinaldo Fernandes, A., Nurjannah, Galu Erwinda, E., Hardianti, R., & Hanun Yuli Arini, L. (2023). *Metodologi Penelitian - Variabel Mining berbasis Big Data dalam Pemodelan Sistem untuk Mengungkapkan Research Novelty* (Tim UB Press, Ed.). UB Press .
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Swabawa. (2022). *Manajemen Bisnis Pariwisata*. Pascal Books.
- Threestayanti, L. (2021, October 31). *Contoh Penerapan Artificial Intelligence di Sektor Perjalanan Wisata*. <https://infokomputer.grid.id/read/122969711/Contoh-Penerapan-Artificial-Intelligence-Di-Sektor-Perjalanan-Wisata?page=all>.
- Tim Milenial. (2022, June 18). <https://kumparan.com/generasi-milenial/arti-sophisticated-istilah-yang-belakangan-sering-digunakan-warganet-1yTnPwaI97c/1>. Kumparan.
- Wahyudi, T. (2013). Implementasi Cloud Computing untuk Memaksimalkan Layanan Pariwisata. *Jurnal Bianglala Informatika*, 1, 3.
- Yuliana, L., Saptorinie, N., Dipo Priantono, T., Rizkyllah, A., & Masnia, M. (2022). Perubahan Perilaku Konsumen dan Peran

Influencer terhadap Pola Konsumtif dalam Kondisi Pandemi (Studi Kasus pada karyawan yang bekerja secara work from home). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1).