

Pola Pengeluaran Wisatawan sebagai Bentuk Keputusan Keuangan Individu dan Dampaknya terhadap Pendapatan Pariwisata Lokal pada Desa Wisata Ranupani

Rizqi Khoirunisa^{1*}, Katherin Daniar²
rizqi.khoiruisa@polinema.ac.id¹, katherin@unik-kediri.ac.id²
Politeknik Negeri Malang¹, Universitas Kadiri²

ABSTRACT

This study examines tourist expenditure patterns as a form of individual financial decision-making and their contribution to local tourism revenue in Ranupani Tourism Village, Lumajang Regency, Indonesia. Using a quantitative survey approach, data were collected from 100 respondents selected through incidental sampling and analyzed descriptively. The findings show that most tourists are young independent travelers who prefer short one-day visits. Tourist spending is mainly allocated to food and beverages, local transportation, and souvenirs, while expenditure on accommodation and tourism services remains relatively low. As a result, the economic contribution generated from tourism activities is still limited despite the high number of visitors. The study highlights a high visitor–low economic impact phenomenon and suggests that tourism development strategies should focus on extending tourists' length of stay, diversifying tourism products, and strengthening local business participation.

Key words: tourist expenditure, individual financial decision, local tourism revenue, rural tourism, tourism village.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, baik pada tingkat nasional maupun daerah. Aktivitas wisata tidak hanya meningkatkan mobilitas manusia, tetapi juga mendorong perputaran ekonomi melalui pengeluaran wisatawan terhadap berbagai barang dan jasa di destinasi. Pengeluaran wisatawan tersebut secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan produksi dan pendapatan bagi pelaku usaha lokal, seperti akomodasi, transportasi, makanan dan minuman, serta produk wisata lainnya (Listyorini et al., 2023). Oleh karena itu, tourist expenditure menjadi indikator utama dalam menilai kontribusi ekonomi sektor pariwisata terhadap suatu wilayah.

Namun demikian, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak selalu diikuti dengan peningkatan pendapatan daerah. Beberapa studi menunjukkan bahwa meskipun jumlah wisatawan meningkat, target pendapatan pariwisata seringkali tidak tercapai karena tidak semua pengeluaran wisatawan terserap oleh ekonomi lokal (Listyorini et al., 2023). Kondisi ini menunjukkan adanya

kesenjangan antara jumlah kunjungan wisatawan dan manfaat ekonomi yang diterima oleh masyarakat lokal, yang seringkali dipengaruhi oleh pola pengeluaran wisatawan yang tidak optimal.

Dalam perspektif ekonomi, pengeluaran wisatawan merupakan hasil dari proses pengambilan keputusan keuangan individu (*individual financial decisions*). Wisatawan mengalokasikan sumber daya keuangan yang terbatas untuk berbagai kebutuhan selama perjalanan wisata, seperti konsumsi, akomodasi, transportasi, dan pengalaman wisata. Proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk karakteristik wisatawan, preferensi, motivasi perjalanan, serta atribut destinasi (Pai et al., 2024). Dengan demikian, pola pengeluaran wisatawan mencerminkan bagaimana individu membuat keputusan keuangan dalam konteks konsumsi pariwisata.

Dalam perspektif perilaku ekonomi, pengeluaran wisatawan tidak hanya merepresentasikan aktivitas konsumsi selama perjalanan wisata, tetapi juga mencerminkan proses *individual financial decision-making* dalam mengalokasikan sumber daya keuangan yang terbatas. Teori *consumer decision-making* menjelaskan bahwa individu akan melakukan pertimbangan rasional terhadap manfaat (*utility*), preferensi, dan keterbatasan anggaran sebelum memutuskan bentuk konsumsi yang dipilih (Schiffman & Wisenblit, 2019). Dalam konteks pariwisata, keputusan mengenai transportasi, akomodasi, konsumsi, hingga aktivitas wisata merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan keuangan individu yang dipengaruhi oleh faktor psikologis, sosial, ekonomi, dan pengalaman perjalanan.

Selain itu, teori *behavioral economics* menjelaskan bahwa keputusan keuangan individu tidak selalu sepenuhnya rasional, melainkan dipengaruhi oleh persepsi nilai, pengalaman emosional, preferensi pribadi, dan lingkungan sosial (Kahneman, 2011). Dalam aktivitas wisata, wisatawan cenderung melakukan evaluasi terhadap *perceived value* dan pengalaman yang diperoleh sebelum menentukan alokasi pengeluaran selama perjalanan. Oleh karena itu, pola pengeluaran wisatawan dapat dipahami sebagai representasi perilaku ekonomi individu dalam memaksimalkan kepuasan wisata dengan keterbatasan sumber daya keuangan yang dimiliki.

Secara empiris, beberapa penelitian menunjukkan bahwa *tourist expenditure* merupakan hasil dari proses keputusan individu yang dipengaruhi oleh karakteristik wisatawan dan perjalanan. Van Loon & Rouwendal (2017) menemukan bahwa tujuan perjalanan, lama tinggal, serta karakteristik wisatawan menghasilkan variasi signifikan terhadap struktur pengeluaran wisatawan. Penelitian Pai et al. (2024) juga menunjukkan bahwa pengeluaran wisatawan dipengaruhi oleh jenis perjalanan, preferensi pengalaman wisata, dan karakteristik perjalanan yang berbeda pada *long-haul* maupun *short-haul tourism*. Selain itu, Zakaria et al (2021) menjelaskan bahwa karakteristik sosial-demografis dan aktivitas wisata berpengaruh terhadap pola distribusi pengeluaran wisatawan pada destinasi wisata alam berbasis kunjungan harian. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran wisatawan bukan sekadar aktivitas ekonomi, melainkan bentuk keputusan keuangan individu yang memiliki implikasi terhadap distribusi manfaat ekonomi pada destinasi wisata.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pola pengeluaran wisatawan dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti tujuan perjalanan, karakteristik wisatawan, serta aktivitas yang dilakukan selama kunjungan. Perbedaan tujuan perjalanan dapat menghasilkan variasi signifikan dalam total pengeluaran maupun distribusi anggaran wisatawan (Van Loon & Rouwendal, 2017). Selain itu, faktor sosial-demografis, karakteristik perjalanan, serta atribut destinasi juga berperan penting dalam membentuk pola pengeluaran wisatawan (Zakaria et al., 2021). Penelitian Pai et al. (2024) juga menunjukkan bahwa karakteristik perjalanan pada long-haul dan short-haul tourism menghasilkan pola pengeluaran wisatawan yang berbeda. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa pengeluaran wisatawan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor ekonomi, tetapi juga oleh faktor perilaku dan karakteristik perjalanan.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu masih berfokus pada identifikasi determinan pengeluaran wisatawan dan belum banyak mengkaji tourist expenditure sebagai bentuk individual financial decision-making yang memiliki implikasi terhadap distribusi manfaat ekonomi lokal. Sebagai contoh, penelitian Van Loon dan Rouwendal (2017) lebih menitikberatkan pada variasi pengeluaran berdasarkan tujuan perjalanan wisata, sementara Zakaria et al. (2021) berfokus pada perbedaan pola pengeluaran berdasarkan karakteristik wisatawan dan aktivitas wisata. Penelitian Pai et al. (2024) juga lebih menekankan pada perbedaan pola pengeluaran berdasarkan tipe perjalanan wisatawan. Dengan demikian, penelitian-penelitian tersebut masih cenderung melihat pengeluaran wisatawan sebagai output konsumsi wisata, dan belum menjelaskan bagaimana keputusan pengeluaran wisatawan mencerminkan perilaku pengambilan keputusan keuangan individu dalam konteks pariwisata.

Selain itu, studi sebelumnya juga menunjukkan bahwa peningkatan jumlah wisatawan tidak selalu menghasilkan dampak ekonomi yang optimal bagi masyarakat lokal. Brida & Risso, (2010) menjelaskan bahwa kontribusi ekonomi pariwisata sangat dipengaruhi oleh tingkat keterlibatan ekonomi lokal dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Frechtling (2013) juga menegaskan bahwa dampak ekonomi wisata akan lebih optimal apabila wisatawan memiliki lama tinggal yang lebih panjang serta melakukan konsumsi lintas sektor selama perjalanan. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut dilakukan pada konteks wisata perkotaan dan wisata massal, sehingga kajian mengenai hubungan antara pola pengeluaran wisatawan, keputusan keuangan individu, dan kontribusi terhadap pendapatan lokal pada konteks rural tourism berbasis komunitas masih relatif terbatas, khususnya di Indonesia.

Keterbatasan tersebut menyebabkan belum banyak penelitian yang mampu menjelaskan fenomena high visitor but low economic impact pada desa wisata, yaitu kondisi ketika jumlah kunjungan wisatawan meningkat namun manfaat ekonomi yang diterima masyarakat lokal masih rendah akibat dominasi wisatawan dengan pola kunjungan singkat (*one-day trip*) dan rendahnya pemanfaatan layanan lokal bernilai tambah tinggi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis pola pengeluaran wisatawan sebagai bentuk keputusan keuangan individu serta implikasinya terhadap pendapatan pariwisata lokal pada konteks rural tourism di Desa Wisata Ranupani.

Dalam konteks rural tourism, pengeluaran wisatawan memiliki peran yang sangat penting dalam mendorong pembangunan ekonomi pedesaan. Pariwisata pedesaan dipandang sebagai strategi untuk diversifikasi ekonomi, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal (Almstedt et al., 2016). Selain itu, pengeluaran wisatawan terhadap produk lokal, seperti makanan khas dan kerajinan, dapat meningkatkan nilai tambah ekonomi dan memperkuat ekonomi berbasis komunitas (Regional Studies, 2006). Dengan demikian, keberhasilan pengembangan rural tourism sangat bergantung pada kemampuan destinasi dalam mengoptimalkan pengeluaran wisatawan.

Namun demikian, berbagai studi juga menunjukkan bahwa pengembangan rural tourism tidak selalu secara otomatis menghasilkan dampak ekonomi yang signifikan. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai bagaimana wisatawan membelanjakan uangnya, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak selalu berbanding lurus dengan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Hal ini disebabkan oleh variasi pola pengeluaran wisatawan yang dipengaruhi oleh karakteristik individu, musim kunjungan, serta jenis aktivitas wisata (Zakaria et al., 2021)

Di Indonesia, pengembangan desa wisata menjadi bagian penting dalam strategi pembangunan ekonomi daerah. Desa wisata berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, serta diversifikasi sumber ekonomi di wilayah pedesaan (Mukti & Fadlurrahman, 2025). Meskipun demikian, berbagai tantangan masih dihadapi, seperti keterbatasan pengelolaan, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, serta belum optimalnya pemanfaatan potensi ekonomi dari aktivitas wisata.

Kondisi tersebut juga tercermin pada Desa Wisata Ranupani sebagai salah satu destinasi rural tourism di Kabupaten Lumajang. Ranupani memiliki daya tarik wisata alam yang tinggi, termasuk sebagai pintu masuk menuju kawasan Taman Nasional Bromo Tengger Semeru. Desa ini memiliki keunggulan berupa potensi wisata alam yang khas, seperti danau alami Ranu Pani dan Ranu Regulo, serta menjadi pintu masuk utama menuju Gunung Semeru. Kondisi geografis yang berada di dataran tinggi dengan lanskap pegunungan dan udara sejuk menjadikan Ranupani sebagai destinasi yang menarik bagi wisatawan, khususnya pecinta wisata alam dan aktivitas pendakian. Selain daya tarik alam, Ranupani juga memiliki potensi wisata berbasis budaya masyarakat lokal Tengger serta mulai mengembangkan wisata berbasis komunitas, seperti homestay, warung makan, dan jasa pemandu wisata. Jumlah kunjungan wisatawan ke kawasan ini menunjukkan tren yang meningkat, terutama pada musim liburan dan periode pendakian, sehingga memberikan peluang besar bagi pengembangan ekonomi lokal berbasis pariwisata.



Gambar 1. Overview desa wisata Ranupani



Gambar 2. Rest Area



Gambar 3. Ranu Regulo



Gambar 4. Daya Tarik budaya

Desa ini memiliki potensi wisata berbasis budaya dan komunitas. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan menunjukkan adanya potensi ekonomi yang besar dari sektor pariwisata. Namun, karakteristik wisatawan yang cenderung melakukan kunjungan singkat (*one-day trip*), membawa konsumsi dari luar, serta terbatasnya pemanfaatan layanan lokal menunjukkan bahwa tidak semua pengeluaran wisatawan terserap oleh ekonomi masyarakat setempat. Kondisi ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara potensi wisata dan realisasi kontribusi ekonomi lokal.

Oleh karena itu, urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami bagaimana wisatawan membuat keputusan pengeluaran dan bagaimana pola pengeluaran tersebut berkontribusi terhadap pendapatan pariwisata lokal. Pemahaman ini menjadi dasar penting dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi yang mampu mengoptimalkan distribusi manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Tanpa pemahaman tersebut, pengembangan desa wisata berisiko hanya menghasilkan peningkatan jumlah kunjungan tanpa diikuti oleh peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (*high visitor but low economic impact*).

Penelitian ini menempatkan pengeluaran wisatawan sebagai hasil dari proses pengambilan keputusan individu yang memiliki implikasi terhadap distribusi manfaat ekonomi di tingkat lokal. Selain itu, penelitian ini dilakukan dalam konteks *rural tourism* di Indonesia, khususnya Desa Wisata Ranupani, yang masih relatif terbatas dalam kajian empiris sebelumnya. Dengan demikian, penelitian ini tidak

hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan konsep perilaku ekonomi wisatawan, tetapi juga kontribusi praktis dalam merumuskan strategi optimalisasi dampak ekonomi pariwisata berbasis komunitas.

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola pengeluaran wisatawan sebagai keputusan keuangan individu serta kontribusinya terhadap pendapatan pariwisata lokal dalam konteks rural tourism, dengan studi kasus pada Desa Wisata Ranupani.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pola pengeluaran wisatawan sebagai bentuk keputusan keuangan individu serta kontribusinya terhadap pendapatan pariwisata lokal. Pendekatan survei tidak hanya digunakan untuk mengumpulkan data persepsi, tetapi juga untuk memperoleh data kuantitatif terkait komponen pengeluaran wisatawan, seperti akomodasi, konsumsi, transportasi, dan aktivitas wisata lainnya. Data tersebut kemudian dianalisis secara deskriptif kuantitatif untuk mengidentifikasi pola distribusi pengeluaran wisatawan berdasarkan nilai minimum, maksimum, rata-rata, serta proporsi pengeluaran pada setiap kategori, sehingga memungkinkan peneliti untuk menggambarkan struktur dan pola pengeluaran wisatawan secara empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Ranupani. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti dan bersifat dinamis, penentuan ukuran sampel dilakukan menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% dan margin of error sebesar 10%, berikut ini perhitungan menggunakan rumus Lemeshow:

$$\begin{aligned}n &= \frac{Z^2 \cdot P(1 - P)}{d^2} \\n &= \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1 - 0,5)}{0,1^2} \\n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\n &= \frac{3,8416 \cdot 0,25}{0,01} \\n &= 96\end{aligned}$$

Perhitungan dengan rumus Lemeshow ditemukan jumlah sampel minimal dalam penelitian ini yaitu 96 orang, kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan 100 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah incidental sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan wisatawan yang ditemui secara langsung di lokasi penelitian dan bersedia mengisi kuesioner. Meskipun demikian, untuk memastikan relevansi data dengan tujuan penelitian, responden yang dilibatkan merupakan wisatawan yang telah melakukan kunjungan dan memiliki pengalaman pengeluaran selama berada di destinasi. Dengan demikian, meskipun menggunakan

pendekatan incidental, penelitian ini tetap mempertimbangkan kesesuaian karakteristik responden dengan fokus penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner terstruktur (*structured questionnaire*) yang disusun untuk memperoleh data mengenai karakteristik wisatawan, pola keputusan perjalanan (*travel decision*), serta struktur pengeluaran wisatawan selama berkunjung ke Desa Wisata Ranupani. Kuesioner terdiri atas dua bentuk pertanyaan, yaitu pertanyaan tertutup dan semi terbuka. Pertanyaan tertutup digunakan untuk memperoleh data kategorikal terkait karakteristik responden dan keputusan perjalanan wisata, sedangkan pertanyaan semi terbuka digunakan untuk memperoleh informasi nominal pengeluaran wisatawan pada setiap komponen pengeluaran.

Secara keseluruhan, instrumen penelitian terdiri dari 24 item pertanyaan yang terbagi ke dalam beberapa bagian, yaitu karakteristik responden, keputusan perjalanan wisata, dan pengeluaran wisatawan. Variabel keputusan perjalanan wisata (*travel decision*) diukur menggunakan indikator yang diadaptasi dari penelitian Listyorini et al. (2023), yang meliputi sumber informasi kunjungan (*source of visit information*), tujuan utama kunjungan (*main purpose of visit*), frekuensi kunjungan (*frequency of visit*), keputusan moda transportasi (*transport mode decision*), lama tinggal (*length of stay*), pilihan akomodasi (*accommodation choice*), keinginan untuk berkunjung kembali (*desire to revisit*), jenis daya tarik wisata (*types of tourist attractions*), serta objek wisata yang dikunjungi (*list of visited tourist attractions*).

Sementara itu, variabel pengeluaran wisatawan (*tourist expenditure*) diukur berdasarkan komponen pengeluaran wisata yang diadaptasi dari penelitian Listyorini et al. (2023) dan Zakaria et al. (2021), yang meliputi pengeluaran untuk akomodasi, makanan dan minuman, transportasi lokal, tiket wisata, jasa perjalanan (*travel agency*), jasa pemandu wisata (*guide services*), souvenir, dan pengeluaran lainnya seperti parkir. Pengukuran dilakukan menggunakan skala nominal dalam bentuk nilai pengeluaran aktual (Rupiah) yang dikeluarkan wisatawan selama kunjungan wisata.

Selain itu, beberapa item persepsi wisatawan terkait keputusan perjalanan diukur menggunakan skala Likert 5 poin, mulai dari 1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju, untuk mendukung interpretasi perilaku keputusan wisatawan. Sebelum digunakan dalam penelitian, instrumen kuesioner terlebih dahulu dilakukan uji keterbacaan (*readability check*) kepada beberapa responden untuk memastikan kejelasan bahasa dan kesesuaian konteks pertanyaan dengan kondisi lapangan penelitian.

Data penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan dengan menghitung distribusi frekuensi, persentase, nilai minimum, maksimum, rata-rata (*mean*), serta distribusi proporsi pengeluaran wisatawan pada setiap kategori pengeluaran. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi pola keputusan perjalanan wisatawan serta struktur pengeluaran wisatawan sebagai bentuk *individual financial decision-making* dalam konteks rural tourism. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menggambarkan pola keputusan perjalanan wisatawan serta struktur pengeluaran wisatawan pada berbagai komponen pengeluaran, seperti akomodasi,

makanan dan minuman, transportasi lokal, jasa wisata, dan souvenir. Analisis dilakukan melalui distribusi frekuensi, persentase, nilai minimum, maksimum, dan rata-rata pengeluaran wisatawan. Melalui pendekatan ini, penelitian dapat menggambarkan bagaimana pola pengeluaran wisatawan berkontribusi terhadap aktivitas ekonomi lokal di Desa Wisata Ranupani.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan diawali dengan pemaparan karakteristik responden untuk memberikan gambaran umum mengenai profil wisatawan dalam penelitian ini, kemudian dilanjutkan dengan analisis hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dirumuskan. Hasil penelitian serta pembahasan yang diperoleh berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis akan disajikan sebagai berikut.

Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai profil wisatawan yang menjadi objek penelitian. Informasi ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, serta tingkat pendapatan, yang secara teoritis berperan dalam mempengaruhi perilaku pengambilan keputusan dan pola pengeluaran wisatawan. Distribusi karakteristik responden disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik	Kategori	Jumlah (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	55%
	Perempuan	45%
Usia	< 20 tahun	15%
	21–30 tahun	50%
	31–40 tahun	20%
	41–50 tahun	10%
	> 50 tahun	5%
Pendidikan	SMA	35%
	Diploma	20%
	Sarjana	35%
	Pascasarjana	10%
Pekerjaan	Mahasiswa	40%
	Karyawan	35%
	Wirausaha	10%
	PNS	5%
	Lainnya	10%
Pendapatan	< Rp3.000.000	35%
	Rp3–5 juta	30%
	Rp5–10 juta	25%
	> Rp10 juta	10%
Total		100%

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan Tabel 1, karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan profil wisatawan yang didominasi oleh kelompok usia muda dengan latar belakang pendidikan dan kondisi ekonomi yang relatif beragam. Dari sisi jenis kelamin, distribusi responden relatif seimbang, dengan proporsi laki-laki sebesar

55% dan perempuan sebesar 45%. Komposisi ini menunjukkan bahwa destinasi wisata memiliki daya tarik yang cukup merata bagi kedua kelompok, meskipun terdapat kecenderungan dominasi wisatawan laki-laki yang dapat dikaitkan dengan karakteristik aktivitas wisata alam yang membutuhkan mobilitas tinggi.

Dilihat dari aspek usia, mayoritas responden berada pada rentang usia 21–30 tahun dengan persentase sebesar 50%, diikuti oleh kelompok usia 31–40 tahun sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung didominasi oleh kelompok usia produktif yang cenderung memiliki minat tinggi terhadap aktivitas eksplorasi dan pengalaman wisata berbasis alam. Sementara itu, proporsi responden pada usia di atas 40 tahun relatif lebih kecil, yang mengindikasikan bahwa karakteristik destinasi lebih sesuai dengan wisatawan yang aktif secara fisik.

Dari sisi pendidikan, responden didominasi oleh lulusan SMA (35%) dan sarjana (35%), diikuti oleh diploma (20%) dan pascasarjana (10%). Distribusi ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tingkat literasi yang cukup baik dalam mengakses informasi serta dalam mengambil keputusan perjalanan, termasuk dalam mengelola pengeluaran selama aktivitas wisata.

Berdasarkan pekerjaan, responden didominasi oleh mahasiswa (40%) dan karyawan (35%), sementara sisanya terdiri dari wirausaha, pegawai negeri sipil, dan kategori lainnya. Dominasi mahasiswa yang sejalan dengan tingginya proporsi pendidikan SMA dan diploma menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan masih berada dalam tahap pendidikan atau awal karier, sehingga memiliki keterbatasan dalam kemampuan finansial.

Hal ini diperkuat oleh distribusi tingkat pendapatan, di mana mayoritas responden berada pada kategori pendapatan di bawah Rp5.000.000 per bulan, yaitu sebesar 35% untuk kategori di bawah Rp3.000.000 dan 30% untuk kategori Rp3–5 juta. Kondisi ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung sebagian besar berasal dari kelompok berpendapatan menengah ke bawah.

Secara keseluruhan, karakteristik responden menggambarkan profil wisatawan yang didominasi oleh kelompok usia muda, dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi, serta tingkat pendapatan yang relatif terbatas. Profil ini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung melakukan perjalanan secara mandiri dengan orientasi efisiensi biaya, yang pada akhirnya berimplikasi pada pola keputusan perjalanan dan struktur pengeluaran wisatawan selama berkunjung.

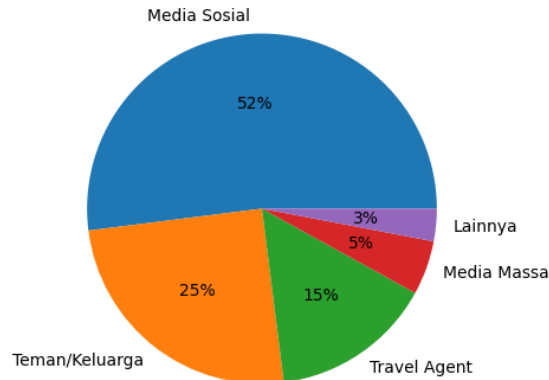
Pola Keputusan Berkunjung Wisatawan

Pengukuran variabel keputusan perjalanan wisata dalam penelitian ini mengadopsi kerangka yang dikembangkan oleh Listyorini et al. (2023), yang mencakup beberapa komponen, yaitu sumber informasi kunjungan, tujuan utama kunjungan, frekuensi kunjungan, keputusan moda transportasi, lama tinggal (*Length of Stay/LOS*), pilihan akomodasi, keinginan untuk berkunjung kembali, jenis daya tarik wisata, daftar objek wisata yang dikunjungi, serta jumlah objek wisata yang dikunjungi.

Source of Visit Information

Untuk memahami bagaimana wisatawan memperoleh informasi sebelum melakukan kunjungan, penelitian ini menganalisis sumber informasi yang digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan perjalanan. Sumber

informasi tersebut menjadi faktor penting yang mempengaruhi persepsi, minat, serta keputusan wisatawan dalam memilih destinasi wisata. Distribusi sumber informasi yang digunakan wisatawan disajikan pada Gambar 5 berikut:

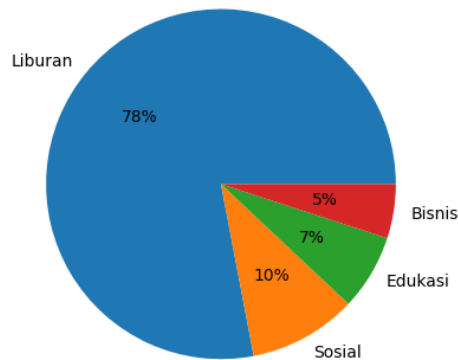


Gambar 5. Distribusi Sumber Informasi
Sumber: Data diolah (2026)

Hasil analisis menunjukkan bahwa sumber informasi wisatawan didominasi oleh media sosial dengan persentase sebesar 52%, diikuti oleh rekomendasi dari teman dan keluarga sebesar 25%, serta travel agent sebesar 15%. Sementara itu, media massa dan sumber lainnya memiliki kontribusi yang relatif kecil. Dominasi media sosial ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan wisatawan sangat dipengaruhi oleh paparan digital, khususnya konten visual dan pengalaman pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa media sosial menjadi sumber utama dalam perencanaan perjalanan melalui *user-generated content* (UGC) seperti ulasan, foto, dan video yang membentuk persepsi serta preferensi wisatawan (Jani et al., 2024). Selain itu, konten berbasis pengalaman pengguna dinilai lebih kredibel dibandingkan promosi konvensional dan berpengaruh signifikan terhadap keputusan destinasi, serta berperan dalam membentuk motivasi dan minat kunjungan melalui mekanisme *social influence* seperti interaksi sosial dan *social proof* (Saini et al., 2025).

Main Purpose of Visit

Untuk menggambarkan proporsi tujuan utama kunjungan wisatawan secara lebih komprehensif, distribusi data disajikan dalam bentuk diagram pada gambar 6 berikut.

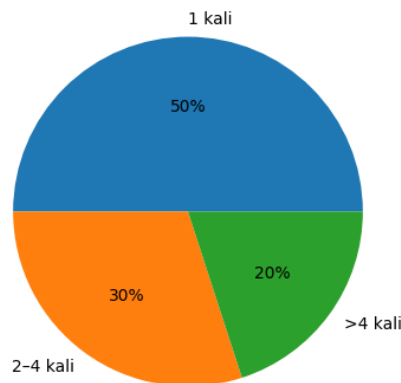


Gambar 6. Proporsi Tujuan Utama
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil penelitian, tujuan utama kunjungan wisatawan didominasi oleh aktivitas liburan sebesar 78%, diikuti oleh kunjungan sosial sebesar 10%, edukasi sebesar 7%, dan bisnis sebesar 5%. Dominasi tujuan rekreasi menunjukkan bahwa Ranupani diposisikan sebagai destinasi wisata alam yang berfungsi sebagai tempat relaksasi dan pelarian dari rutinitas. Rendahnya proporsi kunjungan bisnis dan edukasi mengindikasikan bahwa fungsi destinasi masih terbatas pada wisata leisure.

Frequency of visit

Distribusi frekuensi kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Ranupani disajikan secara visual pada gambar 7 berikut untuk mempermudah interpretasi pola kunjungan.



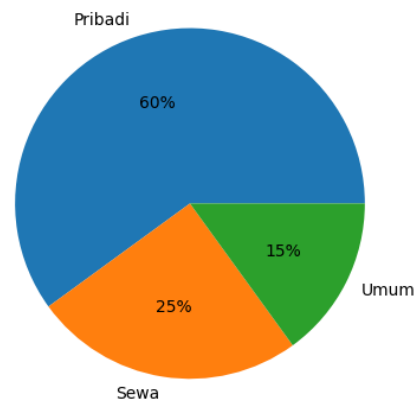
Gambar 7. Distribusi Frekuensi Kunjungan
Sumber: Data diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan melakukan kunjungan sebanyak satu kali dengan persentase sebesar 50%, diikuti oleh kunjungan sebanyak 2–4 kali sebesar 30%, dan lebih dari 4 kali sebesar 20%. Pola ini mengindikasikan bahwa sebagian besar wisatawan merupakan first-time visitors, yang menunjukkan bahwa Ranupani masih berperan sebagai destinasi yang banyak dikunjungi oleh wisatawan baru. Namun demikian, terdapat proporsi

wisatawan yang melakukan kunjungan berulang, yang menunjukkan adanya tingkat ketertarikan dan potensi loyalitas terhadap destinasi tersebut.

Transport Mode Decision

Untuk memahami preferensi moda transportasi yang digunakan wisatawan, hasil analisis disajikan dalam bentuk diagram pada gambar 8 berikut.

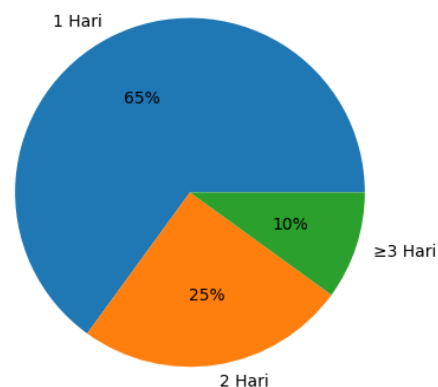


Gambar 8. Preferensi Moda Transportasi
Sumber: Data diolah (2026)

Sebagian besar wisatawan menggunakan kendaraan pribadi (60%), diikuti oleh kendaraan sewa (25%) dan transportasi umum (15%). Dominasi kendaraan pribadi menunjukkan bahwa fleksibilitas dan kemudahan akses menjadi faktor utama dalam keputusan perjalanan. Selain itu, rendahnya penggunaan transportasi umum mengindikasikan adanya keterbatasan aksesibilitas atau preferensi wisatawan terhadap perjalanan yang lebih mandiri.

Length of Stay (LOS) Decision

Distribusi lama tinggal wisatawan (length of stay) disajikan pada gambar berikut untuk menunjukkan kecenderungan durasi kunjungan wisatawan.

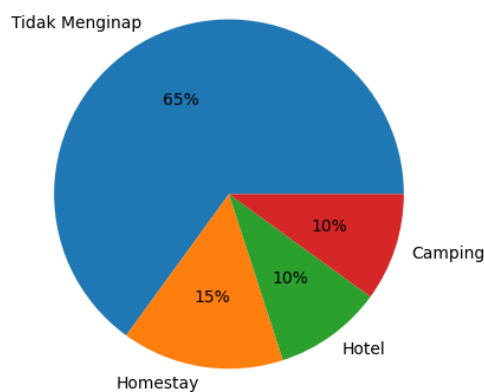


Gambar 9. Length of Stay
Sumber: Data diolah (2026)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan melakukan kunjungan selama satu hari (65%), diikuti oleh dua hari (25%), dan lebih dari tiga hari (10%). Pola ini mengindikasikan bahwa Ranupani lebih berfungsi sebagai destinasi kunjungan singkat (*one-day trip*) dibandingkan destinasi dengan durasi tinggal yang panjang. Lama tinggal yang relatif pendek berdampak langsung terhadap rendahnya total pengeluaran wisatawan.

Travelers' Decision in Accommodation Choice

Untuk memahami preferensi wisatawan dalam menentukan pilihan akomodasi selama kunjungan, penelitian ini menganalisis keputusan wisatawan terkait penggunaan fasilitas penginapan seperti yang tersaji pada gambar 10.

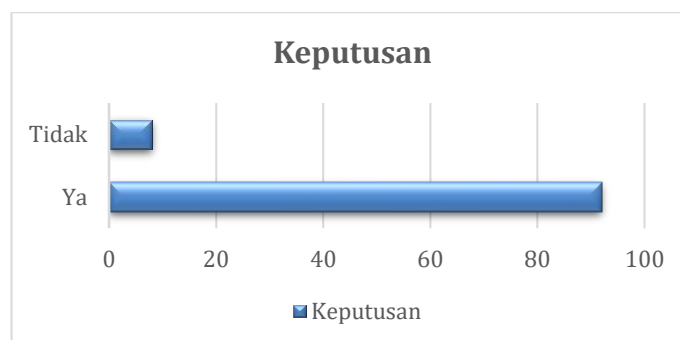


Gambar 10. *Length of Stay*
Sumber: Data diolah (2026)

Sebagian besar wisatawan tidak menginap (65%), sementara sisanya memilih homestay (15%), hotel (10%), dan camping (10%). Dominasi wisatawan yang tidak menginap menunjukkan bahwa fasilitas akomodasi belum menjadi bagian utama dalam pengalaman wisata di Ranupani. Hal ini memperkuat temuan bahwa wisatawan cenderung melakukan kunjungan singkat. Keputusan ini menjadi aspek penting karena berkaitan langsung dengan lama tinggal (*length of stay*) serta besaran pengeluaran wisatawan di destinasi.

Desire to Revisit

Tingkat keinginan wisatawan untuk berkunjung kembali (*desire to revisit*) disajikan dalam bentuk visual pada gambar 11 berikut.



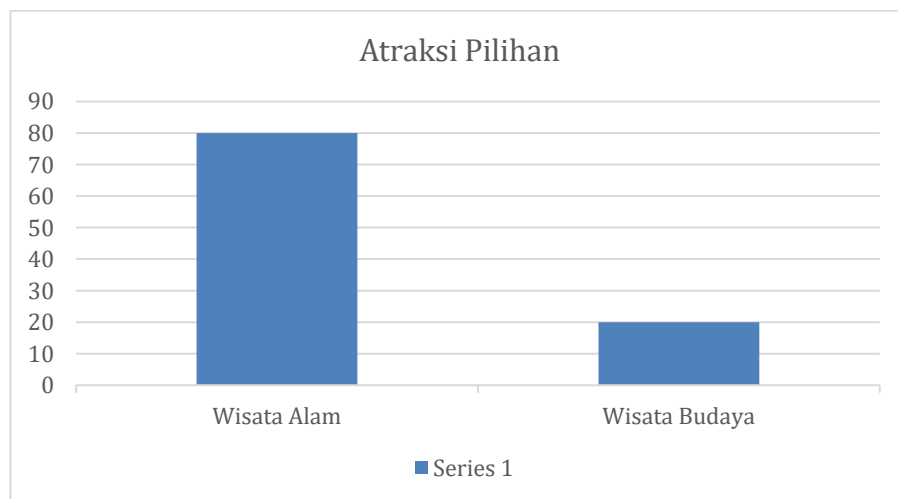
Gambar 11. *Desire to Revisit*
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis, mayoritas wisatawan menyatakan memiliki keinginan untuk kembali berkunjung ke Desa Wisata Ranupani, dengan persentase sebesar 92%, sementara hanya 8% responden yang menyatakan tidak memiliki keinginan untuk berkunjung kembali. Tingginya tingkat *desire to revisit* ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki tingkat kepuasan yang baik terhadap pengalaman wisata yang diperoleh selama kunjungan. Keinginan untuk berkunjung kembali dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti daya tarik wisata alam yang unik, pengalaman perjalanan yang menyenangkan, serta suasana lingkungan yang masih alami. Dalam konteks Ranupani, dominasi wisata alam seperti danau dan jalur pendakian menjadi faktor utama yang mendorong minat wisatawan untuk kembali berkunjung.

Namun demikian, tingginya keinginan untuk berkunjung kembali belum tentu diikuti dengan peningkatan lama tinggal maupun pengeluaran wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun destinasi memiliki daya tarik yang kuat, optimalisasi kontribusi ekonomi lokal tetap memerlukan strategi tambahan, seperti pengembangan aktivitas wisata dan layanan yang mampu meningkatkan durasi kunjungan serta pengeluaran wisatawan.

Types of Tourist Attractions

Untuk menunjukkan preferensi wisatawan terhadap jenis daya tarik wisata, distribusi data disajikan pada gambar 12 berikut.



Gambar 12. *Types of Tourist Attractions*
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis, jenis daya tarik wisata yang paling dominan di Desa Wisata Ranupani adalah wisata alam dengan persentase sebesar 80%, sedangkan wisata budaya hanya sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa

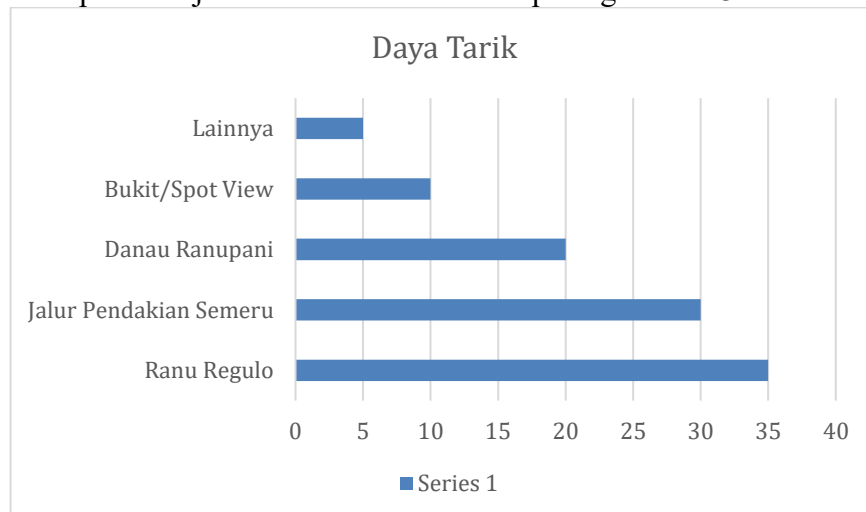
preferensi wisatawan sangat didominasi oleh ketertarikan terhadap keindahan alam dan aktivitas berbasis lingkungan alami.

Dominasi wisata alam ini sejalan dengan karakteristik Ranupani yang berada di kawasan pegunungan dengan potensi lanskap alami yang kuat, seperti danau, perbukitan, serta jalur pendakian. Daya tarik ini menjadi faktor utama yang mendorong kunjungan wisatawan, khususnya bagi segmen wisatawan muda yang menyukai aktivitas eksplorasi dan petualangan.

Sementara itu, proporsi wisata budaya yang relatif lebih kecil menunjukkan bahwa potensi budaya lokal belum dimanfaatkan secara optimal sebagai daya tarik utama. Padahal, keberadaan budaya masyarakat lokal, seperti tradisi dan kearifan lokal, memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai produk wisata yang dapat meningkatkan variasi pengalaman wisatawan.

List of Visited Tourist Attractions

Sebaran objek wisata yang dikunjungi oleh wisatawan selama berada di Desa Wisata Ranupani disajikan dalam bentuk visual pada gambar 13 berikut.



Gambar 13. *List of Visited Tourist Attractions*
Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan hasil analisis, objek wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan di Desa Wisata Ranupani adalah Ranu Regulo dengan persentase sebesar 35%, diikuti oleh jalur pendakian Semeru sebesar 30%, Danau Ranupani sebesar 20%, serta Bukit/Spot View sebesar 10%. Sementara itu, kategori lainnya hanya sebesar 5%. Dominasi kunjungan pada Ranu Regulo dan jalur pendakian Semeru menunjukkan bahwa wisatawan cenderung berfokus pada daya tarik utama (*core attraction*) yang menawarkan pengalaman wisata alam yang khas, seperti pemandangan danau serta aktivitas trekking. Kedua destinasi ini menjadi magnet utama yang mendorong kunjungan wisatawan ke Ranupani.

Sementara itu, objek wisata lain seperti Danau Ranupani dan spot perbukitan memiliki tingkat kunjungan yang relatif lebih rendah, meskipun tetap berkontribusi dalam melengkapi pengalaman wisata secara keseluruhan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung memprioritaskan destinasi utama dibandingkan

melakukan eksplorasi secara menyeluruh terhadap seluruh potensi wisata yang tersedia.

Tourist Expenditure in Rural Tourism

Pengukuran variabel pengeluaran wisatawan dalam penelitian ini mengadopsi kerangka yang dikembangkan oleh Listyorini et al. (2023), the components of accommodation, food and drink, transportation, attraction tickets, services at travel agents and bureaus, tourist attraction tickets, souvenirs. The amount of spending will be presented in two structures, namely the structure of spending of tourists who stay and those who do not stay.

Structure of Overnight Tourist Expenditure

Untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai struktur pengeluaran wisatawan yang menginap, data disajikan pada tabel berikut.

Tabel 2. Pengeluaran Wisatawan Menginap

No	Type of Goods & Services Expenditure	Lowest (Rupiah)	Highest (Rupiah)	Average (Rupiah)	Distribution (%)
1	Accommodation	0	300,000	75,000	15%
2	Food & Beverages	25,000	250,000	110,000	22%
3	Local Transportation	20,000	300,000	95,000	19%
4	Travel Agency Services	0	150,000	40,000	8%
5	Guide Services	0	100,000	30,000	6%
6	Attraction (Ticket)	10,000	100,000	55,000	11%
7	Souvenir	0	300,000	85,000	17%
8	Parking	2,000	20,000	10,000	2%
Total Tourist Expenditure		57,000	1,520,000	500,000	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Tabel 2 menunjukkan struktur pengeluaran wisatawan di Desa Wisata Ranupani yang didominasi oleh wisatawan dengan pola kunjungan satu hari (*one-day visitor*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen pengeluaran terbesar berasal dari makanan dan minuman sebesar Rp110.000 (22%), diikuti oleh transportasi lokal sebesar Rp95.000 (19%) dan pembelian souvenir sebesar Rp85.000 (17%). Sementara itu, pengeluaran untuk akomodasi relatif rendah dengan rata-rata Rp75.000 (15%), yang disebabkan oleh mayoritas wisatawan tidak menginap. Pengeluaran untuk tiket wisata dan jasa perjalanan juga menunjukkan kontribusi yang moderat, masing-masing sebesar 11% dan 8%. Di sisi lain, pengeluaran untuk jasa pemandu dan parkir memiliki proporsi yang relatif kecil, yaitu masing-masing sebesar 6% dan 2%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan cenderung melakukan perjalanan secara mandiri tanpa menggunakan jasa tambahan secara intensif. Pola ini mengindikasikan bahwa pengeluaran wisatawan di Ranupani masih berfokus pada kebutuhan dasar (*basic consumption*), sehingga kontribusi terhadap ekonomi lokal belum optimal. Dominasi wisatawan dengan kunjungan singkat dan tanpa akomodasi menjadi faktor utama rendahnya total pengeluaran wisatawan.

Structure of Expenditure of One-Day Tourists

Sementara itu, untuk wisatawan yang tidak menginap (one-day trip), struktur pengeluaran disajikan pada tabel berikut guna membandingkan pola konsumsi wisatawan.

Tabel 3. Pengeluaran Wisatawan One-Day (Tidak Menginap)

<i>No</i>	<i>Items</i>	<i>Lowest (Rupiah)</i>	<i>Highest (Rupiah)</i>	<i>Average (Rupiah)</i>	<i>Distribution (%)</i>
1	<i>Food & Beverages</i>	25,000	250,000	110,000	22%
2	<i>Local Transportation</i>	20,000	300,000	95,000	19%
3	<i>Tour Agency</i>	0	150,000	40,000	8%
4	<i>Guide Services</i>	0	100,000	30,000	6%
5	<i>Tourist Attraction</i>	10,000	100,000	55,000	11%
6	<i>Souvenir</i>	0	300,000	85,000	17%
7	<i>Parking</i>	2,000	20,000	10,000	2%
Total Tourist Expenditure		57,000	1,520,000	500,000	100%

Sumber: Data diolah (2026)

Struktur pengeluaran wisatawan yang tidak menginap menunjukkan bahwa proporsi pengeluaran terbesar dialokasikan pada makanan dan minuman sebesar 22%, diikuti oleh transportasi lokal sebesar 19% dan pembelian souvenir sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pengeluaran wisatawan lebih difokuskan pada kebutuhan dasar selama perjalanan, seperti konsumsi dan mobilitas di dalam destinasi. Pengeluaran untuk tiket objek wisata memberikan kontribusi sebesar 11%, sementara pengeluaran untuk jasa travel dan jasa pemandu masing-masing sebesar 8% dan 6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian wisatawan masih memanfaatkan layanan tambahan, meskipun tidak menjadi prioritas utama dalam pengeluaran. Di sisi lain, biaya parkir memiliki proporsi paling kecil yaitu sebesar 2%, yang menunjukkan bahwa komponen ini bukan merupakan faktor utama dalam struktur pengeluaran wisatawan.

Accommodation Expenditure

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa pilihan dalam menentukan jenis akomodasi selama kunjungan, yaitu tidak menginap, homestay, hotel, maupun camping. Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Ranupani tidak melakukan kegiatan menginap, sehingga pengeluaran untuk akomodasi relatif rendah.

Berdasarkan data yang diperoleh, pengeluaran minimum untuk akomodasi adalah Rp 0, sementara pengeluaran maksimum mencapai Rp 300.000, dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp 75.000 per responden. Nilai minimum sebesar Rp 0 menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan tidak mengeluarkan biaya akomodasi karena melakukan kunjungan satu hari (*one-day trip*).

Sementara itu, pengeluaran maksimum untuk akomodasi umumnya berasal dari wisatawan yang memilih untuk menginap di homestay atau menggunakan fasilitas camping dengan biaya tertentu. Dalam beberapa kasus, wisatawan yang melakukan aktivitas camping tetap dikenakan biaya sewa lahan atau kontribusi pengelolaan kawasan, meskipun menggunakan perlengkapan pribadi.

Rendahnya rata-rata pengeluaran untuk akomodasi menunjukkan bahwa fasilitas penginapan belum menjadi bagian utama dalam pengalaman wisata di Ranupani. Hal ini sejalan dengan karakteristik wisatawan yang cenderung melakukan kunjungan singkat serta lebih memprioritaskan aktivitas eksplorasi alam dibandingkan dengan pengalaman menginap.

Amount of Local Transport Expenditure

Pengeluaran wisatawan untuk transportasi lokal mencakup penggunaan kendaraan pribadi, kendaraan sewa, maupun transportasi umum selama berada di kawasan wisata. Berdasarkan hasil penelitian, pengeluaran minimum untuk transportasi lokal sebesar Rp 20.000 dan pengeluaran maksimum mencapai Rp 300.000, dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp 95.000 per wisatawan.

Pengeluaran minimum umumnya berasal dari wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi dengan biaya terbatas, seperti bahan bakar atau parkir di sekitar lokasi wisata. Sementara itu, pengeluaran maksimum biasanya dikeluarkan oleh wisatawan yang menggunakan kendaraan sewa atau transportasi khusus untuk menjangkau beberapa destinasi dalam satu kunjungan. Rata-rata pengeluaran transportasi yang berada pada kisaran menengah menunjukkan bahwa mobilitas wisatawan di Desa Wisata Ranupani cukup bergantung pada akses kendaraan, mengingat kondisi geografis dan jarak antar lokasi wisata yang relatif berjauhan. Selain itu, dominasi penggunaan kendaraan pribadi juga menunjukkan bahwa wisatawan cenderung mengutamakan fleksibilitas dalam perjalanan. Hal ini sejalan dengan karakteristik wisatawan yang melakukan perjalanan secara mandiri tanpa bergantung pada paket wisata.

Other Expenditure

Selain pengeluaran untuk tiket wisata, transportasi, makanan dan minuman, serta souvenir, terdapat komponen pengeluaran lain yang juga dikeluarkan oleh wisatawan selama melakukan perjalanan, yaitu biaya parkir di berbagai lokasi wisata maupun tempat makan dan minum. Berdasarkan hasil penelitian di Desa Wisata Ranupani, pengeluaran minimum untuk parkir sebesar Rp 2.000 per orang dan pengeluaran maksimum sebesar Rp 20.000 per orang, dengan rata-rata pengeluaran sebesar Rp 10.000 per responden. Pengeluaran parkir ini umumnya dibebankan secara kolektif berdasarkan jumlah penumpang dalam satu kendaraan, baik mobil maupun sepeda motor. Dengan asumsi rata-rata jumlah penumpang dalam satu kendaraan, maka beban biaya parkir per individu menjadi relatif kecil dibandingkan komponen pengeluaran lainnya. Rendahnya proporsi pengeluaran parkir menunjukkan bahwa komponen ini bukan merupakan faktor utama dalam struktur pengeluaran wisatawan. Namun demikian, secara agregat, biaya parkir tetap memberikan kontribusi terhadap pendapatan masyarakat lokal, khususnya bagi pengelola lahan parkir dan pelaku usaha di sekitar lokasi wisata.

Kontribusi Pengeluaran Wisatawan terhadap Pendapatan Pariwisata Lokal

Hasil analisis menunjukkan bahwa pola pengeluaran wisatawan di Desa Wisata Ranupani masih didominasi oleh pengeluaran pada kebutuhan dasar, seperti makanan dan minuman (22%), transportasi lokal (19%), serta pembelian souvenir

(17%). Sementara itu, pengeluaran pada sektor dengan nilai tambah lebih tinggi, seperti akomodasi, jasa pemandu, dan jasa travel, masih relatif rendah. Struktur ini menunjukkan bahwa kontribusi ekonomi wisatawan terhadap pendapatan lokal masih bersifat terbatas dan belum terdistribusi secara optimal ke seluruh sektor pariwisata.

Jika dikaitkan dengan karakteristik wisatawan, dominasi kunjungan satu hari (*one-day trip*) serta rendahnya tingkat penggunaan akomodasi menjadi faktor utama yang membatasi besaran pengeluaran wisatawan. Kondisi ini menyebabkan perputaran ekonomi di tingkat lokal lebih banyak terjadi pada sektor konsumsi langsung, seperti makanan dan transportasi, dibandingkan pada sektor jasa wisata yang memiliki potensi nilai tambah lebih tinggi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tourism Economics oleh Brida & Risso (2010) yang menyatakan bahwa kontribusi ekonomi pariwisata sangat bergantung pada pola pengeluaran wisatawan dan tingkat keterlibatan ekonomi lokal dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Studi tersebut menekankan bahwa tanpa keterkaitan yang kuat antara wisatawan dan pelaku usaha lokal, sebagian besar pengeluaran wisatawan berpotensi tidak memberikan dampak signifikan terhadap ekonomi lokal.

Selain itu, penelitian oleh Frechtling (2013) menjelaskan bahwa pengeluaran wisatawan akan memberikan dampak ekonomi yang optimal apabila terjadi peningkatan lama tinggal (*length of stay*) serta diversifikasi aktivitas wisata yang mendorong konsumsi lintas sektor. Dalam konteks penelitian ini, rendahnya lama tinggal wisatawan di Ranupani menjadi faktor utama yang membatasi kontribusi ekonomi tersebut. Lebih lanjut, dalam konteks rural tourism, penelitian oleh Almstedt et al. (2016) menegaskan bahwa keberhasilan pariwisata pedesaan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat sangat bergantung pada kemampuan destinasi dalam menginternalisasi pengeluaran wisatawan ke dalam ekonomi lokal. Hal ini dapat dilakukan melalui penguatan UMKM, pengembangan homestay, serta penciptaan paket wisata berbasis komunitas.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Ranupani mengindikasikan adanya fenomena *high visitor but low economic impact*, yaitu kondisi ketika jumlah kunjungan wisatawan relatif tinggi, namun distribusi manfaat ekonomi lokal belum optimal. Kondisi ini terlihat dari dominasi wisatawan dengan pola kunjungan singkat (*one-day trip*), rendahnya penggunaan akomodasi lokal, serta pengeluaran wisatawan yang masih terkonsentrasi pada kebutuhan dasar seperti makanan, transportasi, dan souvenir. Meskipun demikian, Desa Wisata Ranupani telah memiliki berbagai aktivitas ekonomi lokal seperti homestay, kios makan, kios souvenir, serta paket wisata berbasis masyarakat (Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang, 2024). Selain itu, platform Jadesta Kementerian Pariwisata juga menunjukkan bahwa Ranupani memiliki pengembangan fasilitas wisata berbasis komunitas seperti penginapan, tempat makan, dan atraksi wisata lokal (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2025), rendahnya pemanfaatan layanan wisata bernilai tambah tinggi mengindikasikan bahwa tingginya mobilitas wisatawan belum sepenuhnya diikuti oleh optimalisasi retensi ekonomi lokal pada masyarakat sekitar destinasi wisata.

Kondisi ini disebabkan oleh dominasi wisatawan dengan pola kunjungan singkat (*one-day trip*), rendahnya pemanfaatan layanan lokal yang memiliki nilai

tambah tinggi, serta terbatasnya diversifikasi aktivitas wisata yang mampu mendorong pengeluaran wisatawan secara lebih luas. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kontribusi terhadap pendapatan pariwisata lokal, diperlukan strategi yang berfokus pada peningkatan lama tinggal wisatawan (*length of stay*), pengembangan produk wisata berbasis pengalaman (*experience-based tourism*), serta penguatan keterlibatan pelaku usaha lokal dalam rantai nilai pariwisata. Dengan demikian, pengeluaran wisatawan tidak hanya dipandang sebagai bentuk konsumsi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

KESIMPULAN

Karakteristik wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Ranupani didominasi oleh kelompok usia muda dengan latar belakang pendidikan menengah hingga tinggi serta tingkat pendapatan menengah. Wisatawan cenderung melakukan perjalanan secara mandiri dan memiliki preferensi terhadap aktivitas wisata alam yang membutuhkan eksplorasi fisik. Dari sisi pola keputusan perjalanan (*travel decision*), wisatawan umumnya memperoleh informasi melalui media sosial, dengan tujuan utama kunjungan untuk rekreasi atau liburan. Sebagian besar wisatawan menggunakan kendaraan pribadi, melakukan kunjungan selama satu hari (*one-day trip*), tidak menginap, serta memiliki keinginan yang tinggi untuk kembali berkunjung. Selain itu, wisatawan lebih banyak mengunjungi destinasi utama berbasis alam seperti Ranu Regulo dan jalur pendakian Semeru, dengan jumlah kunjungan ke beberapa objek wisata dalam satu perjalanan.

Pola pengeluaran wisatawan menunjukkan bahwa pengeluaran didominasi oleh kebutuhan dasar seperti makanan dan minuman, transportasi lokal, dan pembelian souvenir. Sementara itu, pengeluaran untuk akomodasi, jasa travel, dan jasa pemandu relatif rendah. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan memiliki perilaku pengeluaran yang efisien dan terfokus pada kebutuhan utama selama perjalanan. Struktur pengeluaran wisatawan menunjukkan bahwa kontribusi ekonomi terbesar berasal dari sektor konsumsi dan transportasi, sedangkan sektor akomodasi dan jasa wisata lainnya belum memberikan kontribusi yang optimal. Kondisi ini mengindikasikan bahwa tingginya jumlah kunjungan wisatawan belum sepenuhnya diikuti oleh peningkatan dampak ekonomi lokal. Secara keseluruhan, pola pengeluaran wisatawan mencerminkan bentuk keputusan keuangan individu (*individual financial decisions*) dalam mengalokasikan sumber daya selama perjalanan wisata. Oleh karena itu, pengembangan strategi pariwisata yang mampu meningkatkan lama tinggal wisatawan, mendorong konsumsi produk lokal, serta mengembangkan layanan berbasis masyarakat menjadi kunci dalam meningkatkan kontribusi terhadap pendapatan pariwisata lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Almstedt, Å., Lundmark, L., & Pettersson, Ö. (2016). Public spending on rural tourism in Sweden. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), 1–17. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1122017>



- Brida, J. G., & Risso, W. A. (2010). Tourism as a determinant of long-run economic growth. *Tourism Economics*, 16(4), 789–802. <https://doi.org/10.5367/000000010791305689>
- Dinas Pariwisata Kabupaten Lumajang. (2024). *Dinas Pariwisata mengikutkan Desa Wisata Ranupani di Festival Dewi Cemara*. <https://disparbud.lumajangkab.go.id/berita/detail/ampt>
- Frechtling, D. C. (2013). The economic impact of tourism: Overview and examples of macroeconomic analysis. *Annals of Tourism Research*, 40, 1–22. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.10.002>
- Jani, A., Ratnoday, N. R., & Bajpai, S. (2024). Social media influence on travel choices. *International Research Journal of Humanities and Interdisciplinary Studies (IRJHIS)*, 5(7).
- Kahneman, D. (2011). *Thinking, Fast and Slow*. Farrar, Straus and Giroux.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2025). *Desa Wisata Ranupani*. <https://jadesta.kemenpar.go.id/desa/ranupani>
- Listyorini, H., Pranoto, P., Hakim, A. R., & Bawaulu, E. A. (2023). The pattern of travel decisions and tourist expenditures for local tourism revenue in Wonosobo Regency. *Proceeding of International Conference on Digital Advance Tourism, Management and Technology*, 1(2), 284–299. <https://doi.org/10.56910/ictmt.v1i2.43>
- Mukti, A., & Fadlurrahman. (2025). Trends and research patterns in the development of rural tourism in Indonesia: A systematic literature analysis. *Jurnal Kepariwisataaan*, 24(1).
- Pai, W.-T., Phan, K.-T., Pham, C.-V., Lee, J.-M., & Hsieh, C.-J. (2024). Analyzing tourist expenditures incurred on long-, medium-, and short-haul trips to Taiwan. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 5, 100138. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2024.100138>
- Saini, H., Kumar, P., & Verma, R. (2025). Social media and its influence on travel decision making. In *Advances in Tourism and Hospitality Research* (pp. 261–276). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-3972-5.ch011>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson Education.
- Van Loon, R., & Rouwendal, J. (2017). Travel purpose and expenditure patterns in city tourism: Evidence from the Amsterdam Metropolitan Area. *Journal of Cultural Economics*, 41, 109–127. <https://doi.org/10.1007/s10824-017-9293-1>



Zakaria, H., Numata, S., & Hihara, K. (2021). Expenditure patterns of foreign resident visitors and foreign tourist visitors at a day-trip nature-based destination. *Tourism and Hospitality*, 2, 277–287.
<https://doi.org/10.3390/tourhosp2020017>