



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Permasalahan Penelitian	5
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka.....	9
2.1.1. Pendekatan dan Sudut Pandang dalam Kajian Pengalaman Wisatawan.....	9
2.1.2. Peran dan Posisi Pengalaman Puncak, Pengalaman Pendukung, dan Pengalaman Ruang dan Tempat dalam konstruksi pengalaman wisata	15
2.1.3. Studi Fenomenologi dalam penelitian pengalaman wisatawan	18
2.1.4. Pengembangan Produk dan Paket Wisata.....	21
2.2. Landasan Teori	28
2.2.1. Pengalaman Wisatawan	28
2.2.2. Definisi Konseptual Parameter Penyusun Pengalaman Wisatawan	38
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1. Jenis Penelitian	42
3.2. Lokasi dan Waktu Pengambilan Data.....	43
3.3. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.4. Tahapan Penelitian.....	45
3.4.1. Pra Penelitian	46
3.4.2. Persiapan Pengumpulan Data	46
3.4.3. Metode Pengumpulan Data.....	48
3.4.4. Metode Analisa Data	50
BAB IV DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN.....	52
4.1. Kawasan Konservasi Annapurna, Pegunungan Himalaya, Nepal ...	52



4.2.	Karakteristik Informan.....	57
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN		59
5.1.	Wisatawan Indonesia Di Kawasan Konservasi Annapurna.....	59
5.2.	Segmentasi Psikografis Wisatawan Indonesia Di Kawasan Konservasi Annapurna.....	65
5.2.1.	Motif Berwisata	65
5.2.2.	Level Pengalaman Berwisata.....	67
5.2.3.	Tahapan Kehidupan	73
5.2.4.	<i>Travel Career Pattern</i> Sebagai Segmentasi Psikografis Wisatawan Indonesia.....	74
5.3.	Pengalaman Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna.....	81
5.3.1.	Motivasi Dan Otentisitas Berwisata Sebagai Pengalaman Puncak Wisatawan.....	82
5.3.2.	Konsumsi Produk Sebagai Pengalaman Bagi Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna.....	99
5.3.3.	Lanskap Dan Jalur Pendakian Sebagai Pengalaman Bagi Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna	127
5.4.	Posisi Dan Peran Dimensi Penyusun Pengalaman Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna	139
5.5.	Pengembangan Produk Wisata Bagi Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna	166
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....		173
6.1.	Kesimpulan	173
6.2.	Saran	175
6.3.	Limitasi	175
DAFTAR PUSTAKA		177
LAMPIRAN.....		182



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Wisatawan Indonesia Di Nepal Berdasarkan Bulan Kedatangan Tahun 2019.....	3
Gambar 2.1	Model Struktural Pengalaman Wisatawan	17
Gambar 2.2	Tipologi Berdasarkan <i>Experience Realm</i>	24
Gambar 2.3	Enactment Model Pada <i>Experience Economy</i>	25
Gambar 2.4	Skema Penentuan Model Konseptual	36
Gambar 2.5	Model Konseptual Pengalaman Wisatawan Indonesia Di Kawasan Konservasi Annapurna, Pegunungan Himaya, Nepal	37
Gambar 2.6	Perbedaan Motif Dan Motivasi Berwisata	44
Gambar 2.7	Ilustrasi Pembentukan Hubungan Pada Aspek Pengalaman Sehari-Hari, Pola Karir Wisatawan (<i>Travel Career Pattern</i>), Dan Pengalaman Ketika Berwisata	52
Gambar 3.1	Tahapan Penelitian	45
Gambar 3.2	Kriteria Pemilihan Informan.....	47
Gambar 3.3	Tahapan Pengumpulan Data.....	49
Gambar 3.4	Langkah-Langkah Wawancara Pada Pendekatan Fenomenologi Empiris	49
Gambar 3.5	Tahapan Analisa Data Pada Penelitian Fenomenologi (<i>Fenomenologi Coding</i>).....	50
Gambar 3.6	Tema Koding Yang Digunakan Pada Penelitian	51
Gambar 4.1	Persentase Dan Jumlah Wisatawan Pada Kawasan Konservasi Di Nepal.....	52
Gambar 4.2	Peta Kawasan Konservasi Annapurna.....	55
Gambar 4.3	Kondisi Atraksi (Atas), Aksesibilitas (Tengah Kiri), Kantor Pengelola Kawasan (Tengah Kanan) Dan Amenitas (Bawah) Di Kawasan Konservasi Annapurna.....	56
Gambar 5.1	Pertumbuhan Wisatawan Indonesia Di Nepal	61
Gambar 5.2	Pendaki Indonesia Yang Ditemui Ketika Pra Penelitian (Kiri) Dan Pemilik Penginapan Di Ghandruk (Kanan).....	64
Gambar 5.3	Sebaran Lokasi Aktivitas Wisata Dan Pendakian Gunung Informan (Kiri), <i>Word Count</i> Lokasi Perjalanan Wisata (Kanan Atas), <i>Word Count</i> Lokasi Pendakian Gunung (Kanan Bawah).....	71
Gambar 5.4	Aktivitas Wisata Yang Dilakukan Oleh Responden GS Bersama Pasangan Di Nepal (Kiri) Dan Afrika Selatan (Kanan).	74
Gambar 5.5	Dendogram Klaster Berdasarkan Segmentasi Psikografis Informan. Kiri (<i>Jaccard Coefficient</i>), Tengah (<i>Pearson Correlation Coefficient</i>), Kanan (<i>Sorensen Coefficient</i>).....	80
Gambar 5.6	Klaster Segmentasi Psikografis Informan	81
Gambar 5.7	Informan Berfoto Dengan Bendera Komunitas Di Kawasan Konservasi Annapurna (Kiri), Foto Terbaik Menurut Informan (Kanan).....	88
Gambar 5.8	Salah Satu Souvenir Yang Dibeli Oleh Informan GS.	105
Gambar 5.9	Tangkapan Layar Makanan Yang Dikonsumsi Oleh Informan Pada Akun Instagram Informan MY.....	111



Gambar 5.10 Posisi Dan Hubungan Dimensi Penyusun Pengalaman Wisatawan Indonesia Di Kawasan Konservasi Annapurna	142
Gambar 5.11 Persona Informan AP	147
Gambar 5.12 Persona Informan GS	150
Gambar 5.13 Persona Informan ME	153
Gambar 5.14 Persona Informan MY	156
Gambar 5.15 Persona Informan NR	159
Gambar 5.16 Persona Informan PA	162
Gambar 5.17 Persona Informan RM	165



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Wisatawan dan Pertumbuhan year on year wisatawan Indonesia di Nepal Tahun 2012-2019	2
Tabel 2.1	Matriks Rekomendasi pengembangan produk untuk wisatawan Indonesia di kawasan konservasi Annapurna.....	26
Tabel 2.2	Konsep, Dimensi, dan Parameter Penelitian berdasarkan Literatur Pendukung	39
Tabel 2.3	Matriks identifikasi hubungan antara pola karir wisatawan dan parameter penyusun dimensi pengalaman.....	51
Tabel 3.1	Fase, Waktu, Metode dan Lokasi Pelaksanaan Pengambilan Data...	43
Tabel 3.2	Data yang digunakan	44
Tabel 4.1	Karakteristik Informan	58
Tabel 5.1	Jumlah Wisatawan dan Pertumbuhan year on year wisatawan Indonesia di Nepal Tahun 2012-2019	60
Tabel 5.2	<i>Coding Presence</i> pada Motif berwisata	65
Tabel 5.3	<i>Coding Presence</i> Pada parameter Penyusun Pengalaman Berwisata.	68
Tabel 5.4	Level Pengalaman Mendaki Gunung Informan	70
Tabel 5.5	Level Pengalaman Berwisata Informan	70
Tabel 5.6	Level Partisipasi dan Pengalaman Informan.....	73
Tabel 5.7	Kategori Tahapan Kehidupan Informan.....	73
Tabel 5.8	Level pada sub-varibel penyusun travel career pattern.....	75
Tabel 5.9	Segmentasi Psikografis Informan.....	76
Tabel 5.10	Coding presence pendapat informan terkait motivasi perjalanan wisata.....	83
Tabel 5.11	Lapisan Motif perjalanan, motivasi dan Otentisitas perjalanan dan hubungan aktivitas wisata informan.....	97
Tabel 5.12	Perbedaan antara motif berwisata secara umum dengan motif perjalanan wisata ke Kawasan konservasi Annapurna.....	98
Tabel 5.13	Coding presence pendapat informan pada motivasi perjalanan wisata.....	100
Tabel 5.14	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan.....	100
Tabel 5.15	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan AP....	101
Tabel 5.16	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan AP....	102
Tabel 5.17	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan MY ..	106
Tabel 5.18	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan MY ..	109
Tabel 5.19	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan NR ...	114
Tabel 5.20	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan PA....	118
Tabel 5.21	<i>Coding presence</i> hubungan konsumsi produk oleh informan RM...	121
Tabel 5.22	Hubungan yang terbentuk pada parameter penyusun pengalaman ruang dan tempat pada tiap-tiap informan.....	126
Tabel 5.23	<i>Coding Presence</i> Pendapat Informan pada Pengalaman Ruang dan Tempat.....	127
Tabel 5.24	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan AP	128



Tabel 5.25	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan GS	129
Tabel 5.26	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan ME	131
Tabel 5.27	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan ME	132
Tabel 5.28	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan NR.....	134
Tabel 5.29	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan PA	136
Tabel 5.30	<i>Coding Presence</i> Hubungan Pengalaman Ruang dan Tempat pada informan RM.....	137
Tabel 5.31	Hubungan yang terbentuk pada parameter penyusun pengalaman ruang dan tempat pada tiap-tiap informan.....	138
Tabel 5.32	Motif dan Otentisitas Berwisata pada Informan	143
Tabel 5.33	Jumlah significant statements informan terhadap paramter penyusun dan dimensi penyusun pengalaman berwisata	144
Tabel 5.34	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan AP.....	146
Tabel 5.35	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan GS.....	149
Tabel 5.36	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan ME.....	152
Tabel 5.37	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan ME.....	155
Tabel 5.38	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan NR	158
Tabel 5.39	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan PA.....	161
Tabel 5.40	Peran dan posisi pada dimensi dan paramater penyusun pengalaman wisatawan pada informan NR	164
Tabel 5.41	Rekomendasi Pengembangan Produk/Paket Wisata untuk Wisatawan Indonesia di Kawasan Konservasi Annapurna.....	167