

# **POLA SPASIAL PERGERAKAN AKTIVITAS WISATA BELANJA WISATAWAN MANCANEGERA DI KOTA BATAM**

**(Kasus: Wisatawan Singapura dan Malaysia)**

Oleh

Arina Wahyu Lestari

13/357051/GE/07714

## **INTISARI**

Wisata belanja merupakan salah satu aktivitas yang umumnya dilakukan oleh wisatawan. Wisatawan yang datang ke Batam didominasi oleh wisatawan mancanegara terutama yang berasal dari Singapura dan Malaysia. Hal ini dikarenakan secara geografis letak Kota Batam berbatasan langsung dengan Singapura dan Malaysia. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi karakteristik wisatawan Singapura dan Malaysia yang melakukan wisata belanja di Batam, mengidentifikasi motivasi wisatawan, dan mengetahui pola spasial pergerakan wisatawan Singapura dan Malaysia ke objek wisata belanja di Batam.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Data yang diperoleh merupakan data primer yang didapatkan dari wawancara langsung dengan wisatawan dan data sekunder yang didapatkan dari dinas terkait. Data sekunder yang dibutuhkan berupa data jalan Kota Batam serta data sebaran objek wisata belanja yang telah dikembangkan. Terdapat beberapa analisis dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Tujuan pertama diolah menggunakan tabel frekuensi dan *crosstabulation* menggunakan *software SPSS* kemudian dianalisis secara statistik deskriptif. Tujuan kedua diolah menggunakan tabel frekuensi dan persentase menggunakan *software SPSS* kemudian dianalisis menggunakan analisis skala likert dan analisis regresi logistik *binary*. Tujuan ketiga diolah menggunakan *software ArcGis* dan tabulasi data menggunakan Ms.Excel kemudian dianalisis menggunakan analisis peta, jaringan (*network*), dan hubungan antar tempat.

Terdapat beberapa perbedaan karakteristik dan motivasi wisatawan Singapura dan Malaysia yang berwisata belanja di Batam. Perbedaan karakteristik dan motivasi ini mempengaruhi aktivitas wisata belanja yang dilakukan. Berdasarkan jumlah kunjungan dan pergerakannya, wisatawan Singapura memiliki jangkauan yang lebih luas dari pada wisatawan Malaysia. Pola pergerakan wisatawan Singapura dan Malaysia ditentukan oleh jumlah kunjungannya, sistem rute dan hubungan antar tempat, serta adanya *branding* kawasan.

**Kata Kunci :** Wisata Belanja, Karakteristik Wisatawan, Motivasi Wisatawan, Pola Spasial Pergerakan

## **SPATIAL PATTERN OF TOURIST SHOPPING MOVEMENT BY FOREIGN IN BATAM**

**(Case: Tourist from Singapore and Malaysia)**

By

Arina Wahyu Lestari

13/357051/GE/07714

### **ABSTRACT**

Shopping tourism is one of the common activities by tourists. Tourists in Batam are dominated by foreign tourists who come from Singapore and Malaysia. The geographical location of Batam City is directly adjacent to Singapore and Malaysia. The purpose of this research are 1) to identify the characteristics of tourists from Singapore and Malaysia who did shopping tourism, 2) to identify the motivation of tourists, and 3) to analyze the spatial pattern of the tourist movement in shopping destination.

This study using quantitative descriptive method with primary and secondary data. Primary data were obtained from direct interviews with tourists and secondary data were obtained from the relevant agencies. The secondary data were data of Batam City road and data of shopping objects that have been developed. The first purpose was processed using frequency table and crosstabulation with SPSS software, then the data was analyzed by descriptive statistic. The second purpose was processed using frequency table and percentage with SPSS software then the data was analyzed using likert scale analysis and logistic binary regression analysis. The third purpose was processed using ArcGis software and data tabulation using Ms.Excel then the data was analyzed using map analysis, network, and inter place relationship.

There are several different characteristics and motivation of tourists from Singapore and Malaysia who are shopping in Batam. These characteristics and motivations influence the shopping activity. Based on the number of visits and movements, Singapore tourists are more complex than Malaysian tourists. Spatial pattern of tourist shopping movement is determined by the number of visits, route systems and inter-place relationships, and regional branding.

**Keyword** : Shopping Tourism, Characteristics of Tourist, Motivation of Tourist, and Spatial Movement