

Analisis Musiman (*Seasonality*) Kunjungan Wisatawan pada 21 Daya Tarik Wisata Kabupaten Sinjai

Darwis, Masri Ridwan

Politeknik Pariwisata Makassar
darwis0709@gmail.com

Article History

accepted 1/11/2025

approved 1/12/2025

published 29/12/2025

Abstract

While monthly visitation data compiled by local governments accurately reflect actual tourist behavior, they are often not yet utilized as a strategic information source to determine promotional priorities. This study aims to analyze the seasonality of tourist visits across 21 tourism destinations in Sinjai Regency during 2024. A descriptive quantitative approach was employed using secondary data on domestic and international tourist arrivals obtained from the Sinjai Regency Tourism and Culture Office. Data were analyzed through descriptive statistics and monthly visitation trend interpretation. The findings reveal a pronounced seasonal pattern, with peak visitation occurring in August, October, and December, while March recorded the lowest number of visitors. These results highlight the importance of data-driven destination governance in supporting balanced visitor distribution and sustainable tourism development.

Keywords: *seasonality, tourist visitation, destination governance, Sinjai.*

Abstrak

Data kunjungan bulanan yang dihimpun pemerintah daerah sesungguhnya merepresentasikan perilaku wisatawan secara aktual, namun sering kali belum dimaknai sebagai sumber informasi strategis untuk menentukan prioritas promosi. Penelitian ini bertujuan menganalisis pola musiman (*seasonality*) kunjungan wisatawan pada 21 daya tarik wisata di Kabupaten Sinjai sepanjang tahun 2024. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan memanfaatkan data sekunder kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai. Analisis dilakukan melalui statistik deskriptif dan interpretasi tren kunjungan bulanan. Hasil penelitian menunjukkan adanya pola musiman yang kuat, dengan puncak kunjungan terjadi pada Agustus, Oktober, dan Desember, sedangkan Maret merupakan periode kunjungan terendah. Temuan ini menegaskan pentingnya tata kelola destinasi berbasis data untuk mendukung pemerataan kunjungan dan pengembangan pariwisata berkelanjutan.

Kata kunci: *seasonality, kunjungan wisatawan, tata kelola destinasi, Sinjai.*



PENDAHULUAN

Pariwisata global semakin menempatkan seasonality sebagai isu strategis dalam tata kelola destinasi karena fluktuasi kunjungan wisatawan memengaruhi efisiensi ekonomi, kapasitas layanan, dan keberlanjutan destinasi. Organisasi Pariwisata Dunia menegaskan bahwa pola musiman bukan sekadar variasi waktu berwisata, melainkan fenomena yang merepresentasikan interaksi antara perilaku wisatawan, kalender sosial, kondisi iklim, serta kebijakan pengelolaan destinasi (UN Tourism, 2025). Sejalan dengan itu, (Zhang & Xie, 2023; Zvaigzne et al., 2022) menjelaskan bahwa *seasonality* menjadi salah satu karakteristik paling persisten dalam sistem pariwisata yang menentukan distribusi permintaan sepanjang tahun. Diskursus mengenai pariwisata berkelanjutan bergeser dari orientasi peningkatan jumlah kunjungan menuju kemampuan destinasi mengelola ritme kedatangan wisatawan secara adaptif (Li et al., 2025; Sacramento, 2023). Dengan demikian, analisis musiman menjadi fondasi penting dalam mengonstruksi tata kelola destinasi yang lebih resilien dan berbasis bukti.

Pada konteks nasional, dinamika kunjungan wisatawan Indonesia menunjukkan kecenderungan konsentrasi perjalanan pada periode libur sekolah, hari raya keagamaan, dan akhir tahun. Data Badan Pusat Statistik memperlihatkan bahwa mobilitas wisatawan nusantara mengalami lonjakan signifikan pada bulan-bulan tertentu, sementara beberapa periode lainnya mengalami penurunan yang cukup tajam (Badan Pusat Statistik, 2025). Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa pengembangan destinasi tidak dapat dilepaskan dari pemahaman terhadap pola temporal wisatawan sebagai dasar penyusunan strategi promosi, penjadwalan event, maupun pengelolaan kapasitas destinasi. Menilik kondisi tersebut, pendekatan berbasis data kunjungan bulanan menjadi semakin relevan untuk menafsirkan karakteristik permintaan wisata secara lebih komprehensif. Oleh karena itu, seasonality perlu diposisikan sebagai instrumen analitis dalam perencanaan pembangunan pariwisata daerah.

Kabupaten Sinjai merupakan salah satu daerah yang memiliki keragaman destinasi wisata berupa ekowisata mangrove, wisata pantai, wisata pegunungan, hingga wisata budaya yang tersebar pada 21 daya tarik wisata (Ridwan, 2019). Berdasarkan hasil Observasi pada November 2025, rekapitulasi kunjungan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai memperlihatkan bahwa total kunjungan wisatawan nusantara sepanjang tahun 2024 mencapai 292.908 kunjungan, namun distribusinya berlangsung secara tidak merata antarbulan maupun antardestinasi. Beberapa destinasi seperti Hutan Mangrove Tongke-Tongke, Pantai Marannu, dan Kampoenng Galung menunjukkan intensitas kunjungan yang jauh lebih tinggi dibandingkan destinasi lainnya, sementara kunjungan wisatawan mancanegara masih relatif terbatas. Praktik ini merefleksikan adanya konsentrasi permintaan wisata yang berpotensi menimbulkan ketimpangan pemanfaatan destinasi sekaligus ketidakefisienan pengelolaan sumber daya. Dengan kata lain, pola kunjungan di Kabupaten Sinjai memperlihatkan karakter *seasonality* yang layak dikaji sebagai dasar pengambilan kebijakan destinasi.

Penelitian mengenai *seasonality* telah berkembang melalui berbagai pendekatan kuantitatif seperti Seasonality Index (Laaha & Blöschl, 2006; Livada & Asimakopoulou, 2005), Tourism Concentration Index (Veilleux & Sarrasin, 2025), maupun analisis deret waktu. (Zvaigzne et al., 2022) menemukan bahwa pola musiman memiliki implikasi langsung terhadap produktivitas destinasi dan efisiensi investasi pariwisata, sedangkan (Wang et al., 2023) menegaskan bahwa pengelolaan musim kunjungan memerlukan intervensi kebijakan yang berbeda pada setiap tipologi destinasi. Meskipun demikian, sebagian besar riset terdahulu berfokus pada destinasi berskala nasional atau kawasan wisata unggulan, sehingga kajian mengenai daerah berkembang dengan karakter multi-destinasi seperti Sinjai masih relatif terbatas. Narasi yang berkembang menunjukkan bahwa penelitian pada level kabupaten masih didominasi deskripsi statistik tanpa mengartikulasikan implikasinya terhadap tata kelola destinasi. Secara konseptual,

terdapat ruang penelitian yang signifikan untuk menghubungkan analisis *seasonality* dengan praktik pengelolaan destinasi di tingkat lokal.

Kendala utama dalam tata kelola destinasi daerah bukan semata rendahnya jumlah wisatawan, melainkan keterbatasan pemanfaatan data administratif sebagai dasar penyusunan kebijakan. Secara empiris, data kunjungan bulanan yang dihimpun pemerintah daerah sesungguhnya merepresentasikan perilaku wisatawan secara aktual, namun sering kali belum dimaknai sebagai sumber informasi strategis untuk menentukan prioritas promosi, diversifikasi atraksi, maupun penyelenggaraan kalender event. Relasi yang terbentuk menggambarkan bahwa keputusan pengembangan destinasi masih cenderung bersifat reaktif dibandingkan berbasis pola permintaan wisata yang terukur. Fenomena tersebut menegaskan perlunya pendekatan analisis yang mampu mengidentifikasi bulan puncak, bulan rendah, serta tingkat konsentrasi kunjungan pada setiap destinasi. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa pengelolaan destinasi memerlukan transformasi menuju tata kelola yang berbasis data dan adaptif terhadap dinamika musim wisata.

Bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut, penelitian ini mengangkat judul “Analisis Musiman (*Seasonality*) Kunjungan Wisatawan pada 21 Daya Tarik Wisata Kabupaten Sinjai.” Penelitian ini berupaya menganalisis pola musiman kunjungan wisatawan berdasarkan distribusi bulanan pada seluruh destinasi wisata di Kabupaten Sinjai serta memaknai implikasinya terhadap tata kelola destinasi. Temuan penelitian diharapkan mampu mengonstruksi model informasi musiman yang dapat digunakan pemerintah daerah dalam menyusun strategi promosi, pemerataan kunjungan, dan optimalisasi kalender pariwisata. Pada tataran praktis, hasil kajian ini juga berkontribusi sebagai dasar penyusunan kebijakan pembangunan pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berorientasi pada pengelolaan permintaan wisata. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan *seasonality* bukan hanya sebagai fenomena statistik, tetapi sebagai pijakan strategis dalam mewujudkan tata kelola destinasi Kabupaten Sinjai yang efektif dan berdaya saing.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan desain penelitian berbasis data sekunder (*secondary data analysis*) (Kelly et al., 2024). Berangkat dari perspektif *seasonality*, penelitian bertujuan untuk mengidentifikasi pola fluktuasi kunjungan wisatawan pada 21 daya Tarik wisata di Kabupaten Sinjai selama periode Januari–Desember 2024. Data yang digunakan berupa rekapitulasi kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara yang diterbitkan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Sinjai, meliputi jumlah kunjungan bulanan, kategori dewasa–anak, serta karakteristik jenis kelamin pengunjung. Data administratif tersebut merepresentasikan kondisi empiris pergerakan wisatawan sehingga relevan digunakan untuk menafsirkan dinamika musiman pada tingkat destinasi.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan distribusi kunjungan wisatawan pada setiap bulan dan setiap destinasi. Kedua, dihitung *Seasonality Index (SI)* dengan membandingkan jumlah kunjungan bulanan terhadap rata-rata kunjungan tahunan sehingga diperoleh klasifikasi bulan puncak (*peak season*), bulan normal, dan bulan rendah (*low season*). Ketiga, hasil indeks divisualisasikan dalam bentuk tabel dan grafik tren untuk mengidentifikasi tingkat konsentrasi kunjungan serta implikasinya terhadap tata kelola destinasi. Menempatkan pendekatan ini, penelitian menghasilkan rekomendasi berbasis bukti bagi pemerintah daerah dalam penyusunan kalender pariwisata, strategi promosi, dan pemerataan kunjungan wisatawan pada 21 daya Tarik wisata di Kabupaten Sinjai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Karakteristik Daya Tarik Wisata Kabupaten Sinjai

Kabupaten Sinjai memiliki 21 Daya Tarik Wisata yang merepresentasikan keragaman sumber daya pariwisata, mulai dari ekowisata mangrove, wisata bahari, wisata pegunungan, wisata budaya, hingga wisata buatan. Berangkat dari inventarisasi destinasi yang dikelola Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, karakteristik daya tarik wisata didominasi oleh lanskap pesisir dan ekosistem mangrove yang tersebar di wilayah pesisir timur Kabupaten Sinjai. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa identitas pariwisata Sinjai bertumpu pada kekayaan alam sebagai core attraction, sementara destinasi budaya dan sejarah berperan sebagai atraksi pelengkap dalam membentuk pengalaman wisata yang lebih beragam.

Tabel 1. Karakteristik Daya Tarik Wisata Kabupaten Sinjai

No	Kategori daya tarik	Jumlah destinasi	Persentase
1	Ekowisata mangrove	3	14,3%
2	Wisata pantai & bahari	7	33,3%
3	Wisata pegunungan & alam	5	23,8%
4	Wisata budaya & sejarah	4	19,0%
5	Wisata buatan/rekreasi	2	9,5%
Total		21	100%

Sumber: Olahan Data, 2025

2. Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Kabupaten Sinjai

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kunjungan wisatawan di Kabupaten Sinjai sepanjang tahun 2024 menunjukkan pola musiman yang sangat jelas dengan fluktuasi pada hampir seluruh bulan. Berdasarkan rekapitulasi Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, total kunjungan wisatawan nusantara mencapai 292.908 kunjungan yang tersebar pada 21 destinasi wisata selama Januari–Desember 2024. Puncak kunjungan terjadi pada Agustus (47.161 kunjungan), diikuti Desember (38.449) dan Oktober (32.734), sedangkan kunjungan terendah terjadi pada Maret (8.018). Fenomena tersebut mengindikasikan adanya konsentrasi perjalanan wisata yang berkaitan dengan libur sekolah, peringatan hari kemerdekaan, serta libur akhir tahun. Dengan demikian, dinamika musiman di Kabupaten Sinjai merepresentasikan karakteristik destinasi yang masih dipengaruhi oleh kalender sosial masyarakat Indonesia.



Gambar 1. Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Kabupaten Sinjai
Sumber: Olahan Data, 2025

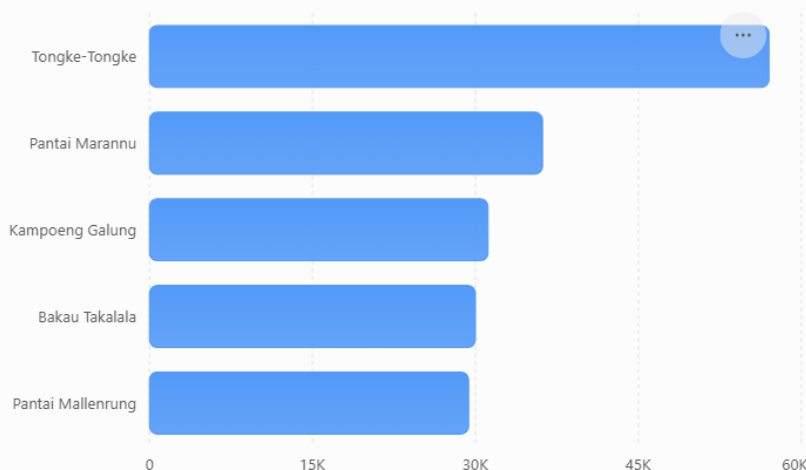
Gambar 1 merupakan Dinamika kunjungan wisatawan Kabupaten Sinjai sepanjang tahun 2024 memperlihatkan bahwa seasonality merupakan representasi perilaku perjalanan masyarakat yang berlangsung secara temporal, bukan sekadar perubahan jumlah kunjungan antarbulan. Puncak kunjungan pada Agustus (47.161 wisatawan), Desember (38.449), dan Oktober (32.734) menunjukkan bahwa keputusan berwisata lebih banyak dipengaruhi oleh kalender sosial seperti libur sekolah, Hari Kemerdekaan, serta libur akhir tahun dibandingkan faktor musiman alam. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa ritme mobilitas wisatawan di Sinjai mengikuti pola waktu luang (*leisure time*) masyarakat Indonesia sehingga permintaan wisata terkonsentrasi pada periode tertentu. Menilik kondisi ini, seasonality dapat dimaknai sebagai pola kolektif yang merepresentasikan hubungan erat antara aktivitas sosial, momentum nasional, dan intensitas kunjungan wisata. Dengan demikian, karakter musiman destinasi Sinjai dibentuk oleh konstruksi sosial perjalanan wisata yang berlangsung secara berulang setiap tahun.

Pada tataran tata kelola destinasi, pola musiman tersebut memiliki implikasi strategis terhadap perencanaan pengembangan pariwisata daerah. Lonjakan kunjungan pada bulan puncak menuntut kapasitas layanan, pengelolaan arus wisatawan, dan kesiapan infrastruktur yang lebih tinggi, sedangkan periode rendah seperti Maret (8.018 kunjungan) membuka ruang bagi penyelenggaraan event, promosi khusus, maupun diversifikasi produk wisata untuk menstimulasi permintaan. Relasi yang terbentuk menggambarkan bahwa keberhasilan destinasi tidak lagi diukur hanya melalui akumulasi jumlah wisatawan, melainkan kemampuan pemerintah daerah mengelola distribusi kunjungan secara seimbang sepanjang tahun. Oleh karena itu, analisis *seasonality* menjadi instrumen penting dalam mengonstruksi kebijakan berbasis data yang mampu mengurangi ketimpangan temporal sekaligus meningkatkan keberlanjutan pengelolaan 21 daya tarik wisata di Kabupaten Sinjai.

3. Konsentrasi Kunjungan pada Destinasi Unggulan

Menilik distribusi antardestinas, terdapat ketimpangan yang cukup tinggi antara destinasi unggulan dan destinasi dengan kunjungan rendah. Hutan Mangrove Tongke-Tongke menjadi destinasi dengan jumlah kunjungan terbesar, mencapai sekitar 57 ribu wisatawan, disusul Pantai Marannu (± 36 ribu), Kampoeng Galung (± 31 ribu), Hutan

Bakau Takalala (± 30 ribu), dan Pantai Mallenrung (± 29 ribu). Sebaliknya, beberapa destinasi seperti Bukit Pattiro Tiroang, Pulau Larea-rea, dan Rumah Adat Karampuang menerima kunjungan yang relatif terbatas sepanjang tahun. Relasi yang terbentuk menggambarkan bahwa daya tarik alam berbasis pesisir dan mangrove masih menjadi magnet utama pariwisata Sinjai. Oleh karena itu, konsentrasi kunjungan menjadi indikator penting dalam menentukan prioritas tata kelola destinasi secara lebih proporsional.



Gambar 2. Konsentrasi Kunjungan pada Destinasi Unggulan

Sumber: Olahan Data, 2025

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa distribusi kunjungan wisatawan di Kabupaten Sinjai belum berlangsung secara merata, melainkan terkonsentrasi pada beberapa destinasi unggulan yang didominasi oleh ekowisata mangrove dan wisata pesisir. Hutan Mangrove Tongke-Tongke menjadi pusat gravitasi kunjungan dengan sekitar 57 ribu wisatawan, diikuti Pantai Marannu, Kampoeng Galung, Hutan Bakau Takalala, dan Pantai Mallenrung. Fenomena tersebut mengindikasikan bahwa preferensi wisatawan lebih kuat terhadap destinasi yang menawarkan lanskap alam, aksesibilitas yang baik, serta pengalaman rekreasi berbasis pesisir. Secara empiris, konsentrasi ini merepresentasikan adanya kecenderungan wisatawan berkumpul pada destinasi dengan daya saing lebih tinggi sehingga menciptakan ketimpangan performa antarobjek wisata. Dengan demikian, struktur kunjungan Sinjai menggambarkan bahwa daya tarik alam masih menjadi identitas utama dalam diskursus pengembangan pariwisata daerah.

Pada perspektif tata kelola destinasi, ketimpangan tersebut tidak selalu dimaknai sebagai kelemahan, melainkan sebagai dasar dalam menyusun prioritas intervensi kebijakan yang lebih proporsional. Destinasi dengan kunjungan tinggi memerlukan strategi *capacity management* melalui peningkatan kualitas fasilitas, pengaturan arus pengunjung, dan konservasi lingkungan agar tidak mengalami tekanan ekologis. Sebaliknya, destinasi dengan kunjungan rendah seperti Bukit Pattiro Tiroang, Pulau Larea-rea, dan Rumah Adat Karampuang membutuhkan penguatan atraksi, integrasi paket wisata, serta promosi tematik untuk meningkatkan visibilitas pasar. Relasi yang terbentuk menggambarkan bahwa pemerataan manfaat ekonomi pariwisata hanya dapat dicapai apabila kebijakan tidak berorientasi pada jumlah wisatawan semata, tetapi juga pada redistribusi arus kunjungan antarwilayah. Oleh karena itu, analisis konsentrasi

kunjungan menjadi instrumen strategis dalam mengonstruksi model tata kelola destinasi yang lebih adil, adaptif, dan berkelanjutan di Kabupaten Sinjai.

4. Wisatawan Mancanegara Masih Sangat Terbatas

Berbeda dengan wisatawan nusantara, kunjungan wisatawan mancanegara masih menunjukkan skala yang sangat kecil. Data memperlihatkan bahwa sepanjang tahun 2024 hanya tercatat 12 wisatawan mancanegara, yang terkonsentrasi pada tiga destinasi, yaitu Hutan Mangrove Tongke-Tongke, Batu Pake Gojeng, dan Kampoeng Galung. Dinamika tersebut menegaskan bahwa pasar internasional belum menjadi segmen utama dalam struktur permintaan wisata Kabupaten Sinjai. Secara empiris, kondisi ini merepresentasikan perlunya penguatan aksesibilitas, promosi digital internasional, serta pengembangan produk wisata yang memiliki diferensiasi global. Dengan kata lain, tantangan pengembangan pariwisata Sinjai bukan hanya meningkatkan jumlah kunjungan, tetapi juga memperluas diversifikasi pasar wisatawan.

B. Pembahasan

Hasil penelitian mengartikulasikan bahwa *seasonality* di Kabupaten Sinjai bukan sekadar fluktuasi statistik, melainkan representasi mobilitas wisatawan yang berlangsung secara temporal. (Wang et al., 2023) menyatakan bahwa *seasonality* merupakan karakter inheren destinasi wisata yang dipengaruhi oleh faktor iklim, institusi pendidikan, budaya, dan kalender sosial. Temuan penelitian ini menguatkan klaim tersebut karena lonjakan kunjungan pada Agustus dan Desember berlangsung bertepatan dengan periode liburan nasional. Namun demikian, antitesis terhadap pandangan klasik (Butler, 2014) bahwa *seasonality* sebagai instrumen pengembangan destinasi, menunjukkan bahwa pola musiman Sinjai lebih dipengaruhi kalender sosial dibandingkan perubahan iklim, mengingat sebagian besar destinasi tetap dapat dikunjungi sepanjang tahun. Kebaharuan penelitian ini terletak pada penafsiran *seasonality* sebagai *temporal tourist mobility* pada destinasi tingkat kabupaten yang selama ini jarang dikaji menggunakan data administratif bulanan.

Temuan memperlihatkan bahwa lebih dari separuh kunjungan wisata terkonsentrasi pada beberapa destinasi unggulan, khususnya kawasan mangrove dan wisata pesisir. Secara teoritis, (Jenkins, 1980) menjelaskan bahwa tata kelola destinasi ideal menempatkan distribusi wisatawan sebagai instrumen pemerataan manfaat ekonomi lokal. Akan tetapi, kondisi di Sinjai memperlihatkan lanskap berupa dominasi destinasi tertentu yang berpotensi menimbulkan tekanan ekologis sekaligus marginalisasi destinasi lain. Praktik ini merefleksikan bahwa kebijakan pembangunan sering kali berorientasi pada destinasi populer tanpa mengonstruksi konektivitas antardestinasi. Dengan demikian, penelitian ini mengkritik paradigma pemerataan yang hanya berbasis pembangunan fisik, dan menawarkan pendekatan pemerataan berbasis analisis konsentrasi kunjungan.

Pada tataran konseptual, data kunjungan bulanan memiliki nilai strategis yang jauh melampaui fungsi pelaporan administratif. (Hall, 2008; Kolb, 1984) menegaskan bahwa *evidence-based tourism governance* menempatkan data sebagai dasar utama dalam pengambilan keputusan publik. Sejalan dengan teori tersebut, penelitian ini menunjukkan bahwa informasi mengenai bulan puncak, bulan rendah, serta karakteristik setiap destinasi dapat dimanfaatkan untuk menyusun kalender event, strategi promosi, hingga pengalokasian sumber daya pengelolaan. Kritik terhadap praktik tata kelola daerah adalah kecenderungan menjadikan data hanya sebagai arsip tahunan, bukan sebagai instrumen analisis kebijakan. Oleh karena itu, kebaharuan riset ini berada pada pemanfaatan data administratif bulanan sebagai model pengambilan keputusan destinasi yang adaptif dan berbasis bukti.

Berangkat dari keseluruhan temuan, penelitian ini mengonstruksi model sederhana mengenai prioritas tata kelola berdasarkan karakter *seasonality* destinasi. Destinasi dengan indeks kunjungan tinggi memerlukan strategi *capacity management* melalui pengaturan arus wisatawan, peningkatan kualitas fasilitas, dan mitigasi tekanan lingkungan. Sebaliknya, destinasi dengan kunjungan rendah membutuhkan intervensi berupa pengembangan atraksi, integrasi paket wisata, serta promosi pada periode low season. Narasi yang berkembang menunjukkan bahwa keberhasilan destinasi tidak lagi diukur semata melalui total kunjungan, melainkan kemampuan mengelola distribusi wisatawan secara spasial dan temporal. Dengan demikian dapat ditegaskan bahwa kebaharuan penelitian ini adalah menghadirkan Model Prioritas Musiman Destinasi sebagai kerangka tata kelola yang menghubungkan analisis *seasonality* dengan kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Sinjai.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang perlu dicermati dalam menafsirkan temuan. Pertama, analisis *seasonality* menggunakan data administratif kunjungan tahun 2024 sehingga belum mampu menggambarkan pola musiman jangka panjang (*multi-year seasonality*) maupun perubahan tren antarperiode. Kedua, penelitian berfokus pada aspek kuantitas kunjungan tanpa mengintegrasikan variabel penentu seperti motivasi wisatawan, kualitas destinasi, aksesibilitas, tingkat hunian, serta dampak ekonomi lokal yang turut memengaruhi dinamika permintaan wisata. Oleh karena itu, riset masa depan disarankan mengembangkan pendekatan longitudinal dengan data minimal 5–10 tahun, menggabungkan analisis spasial berbasis GIS, Seasonality Index, dan survei perilaku wisatawan, sehingga dapat mengonstruksi model Destination Governance yang lebih komprehensif dalam mendukung perencanaan pariwisata berkelanjutan di Kabupaten Sinjai.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa kunjungan wisatawan pada 21 daya tarik wisata Kabupaten Sinjai sepanjang tahun 2024 membentuk pola *seasonality* yang kuat, ditandai oleh konsentrasi kunjungan pada bulan Agustus, Oktober, dan Desember serta penurunan signifikan pada Maret. Temuan juga memperlihatkan adanya ketimpangan spasial, di mana destinasi berbasis mangrove dan pesisir seperti Hutan Mangrove Tongke-Tongke dan Pantai Marannu menjadi magnet utama kunjungan dibandingkan destinasi budaya maupun pegunungan. Fenomena tersebut merepresentasikan bahwa dinamika permintaan wisata di Sinjai lebih dipengaruhi oleh kalender sosial masyarakat daripada faktor musiman alam. Oleh karena itu, analisis *seasonality* tidak hanya berfungsi menggambarkan fluktuasi kunjungan, tetapi juga menjadi dasar dalam mengonstruksi tata kelola destinasi berbasis data, melalui penetapan kalender pariwisata, pemerataan arus wisatawan, dan prioritas pengembangan destinasi yang berorientasi pada keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2025). *Number of Foreign Tourist Visits to Indonesia by Nationality (Visit), 2024*.
- Butler, R. (2014). Addressing seasonality in tourism: The development of a prototype. In *Paper presented at the Punta del Este*
- Hall, C. M. (2008). Tourism Planning. Policies, Process and Relationships. In *Annals of Tourism Research*.
- Jenkins, C. L. (1980). Tourism: Principles, practices, philosophies. *Annals of Tourism Research*, 7(4), 634–638. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(80\)90063-8](https://doi.org/10.1016/0160-7383(80)90063-8)
- Kelly, M. M., Martin-Peters, T., & Farber, J. S. (2024). Secondary Data Analysis: Using existing data to answer new questions. *Journal of Pediatric Health Care*, 38(4). <https://doi.org/10.1016/j.pedhc.2024.03.005>

- Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development*. Prentice Hall, Inc., (1984). <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>
- Laaha, G., & Blöschl, G. (2006). Seasonality indices for regionalizing low flows. *Hydrological Processes*, 20(18). <https://doi.org/10.1002/hyp.6161>
- Li, M., Fan, Y., Guo, C., & Li, X. (2025). Tourism prosperity and high-quality economic development. *International Review of Economics and Finance*, 101. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2025.104246>
- Livada, I., & Asimakopoulou, D. N. (2005). Individual seasonality index of rainfall regimes in Greece. *Climate Research*, 28(2). <https://doi.org/10.3354/cr028155>
- Ridwan, M. (2019). Inventory Of Tourism Object Based On Sinjai District Geographic Information System. *Prosiding Seminar Nasional Pariwisata “Indonesia Sebagai Pusat Wisata Bahari Dunia” Politeknik Pariwisata Makassar 2019*.
- Sacramento, O. (2023). Mass tourism, biosecurity and sustainability challenges: prospects illustrated by the current COVID-19 pandemic. *Journal of Tourism Futures*. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2022-0173>
- UN Tourism. (2025). *UN Tourism World Tourism Barometer | Global Tourism Statistics*. Unwto.Org.
- Veilleux, A., & Sarrasin, B. (2025). Quality Tourism in Thailand: Towards Sustainable Tourism or Further Wealth Concentration? *Tourism and Hospitality*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6010034>
- Wang, H., Hu, T., & Wu, H. (2023). Tourism demand with subtle seasonality: Recognition and forecasting. *Tourism Economics*, 29(7). <https://doi.org/10.1177/13548166231184300>
- Zhang, D., & Xie, J. (2023). Influence of Tourism Seasonality and Financial Ratios on Hotels' Exit Risk. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 47(4). <https://doi.org/10.1177/10963480211016038>
- Zvaigzne, A., Litavniece, L., & Dembovska, I. (2022). Tourism seasonality: the causes and effects. In *Worldwide Hospitality and Tourism Themes* (Vol. 14, Number 5). <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2022-0080>