



Final Project

Exploratory Data Analysis

Indonesia Tourism Destination



Siapakah Aku?

Saya, Muhammad Nur Ishlaahudin Sya'bani adalah lulusan Informatika dari UPN Veteran Yogyakarta yang memiliki minat kuat di bidang data, khususnya dalam analisis data, machine learning, dan pengembangan solusi berbasis data. Saya antusias mengeksplorasi wawasan dari data untuk mendukung pengambilan keputusan yang lebih efektif dan efisien.



Dataset Dan Metode

- Dataset yang digunakan adalah “Indonesia Tourism Destination”, berisi data destinasi wisata di lima kota besar: Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Semarang, dan Surabaya.
- Tujuan proyek adalah untuk menerapkan konsep Python, EDA, dan insight storytelling untuk menggali wawasan yang bernilai bisnis.
- Metode yang digunakan untuk menyelesaikan proyek ini adalah dengan data cleaning (Handling Missing Values, Handling Duplicates, Data Type Correction, String Cleaning) dan Exploratory Data Analysis (Univariate Analysis, Bivariate/Multivariate Analysis, Data Visualization, Group-by & Aggregation, Feature Distribution & Relationships)

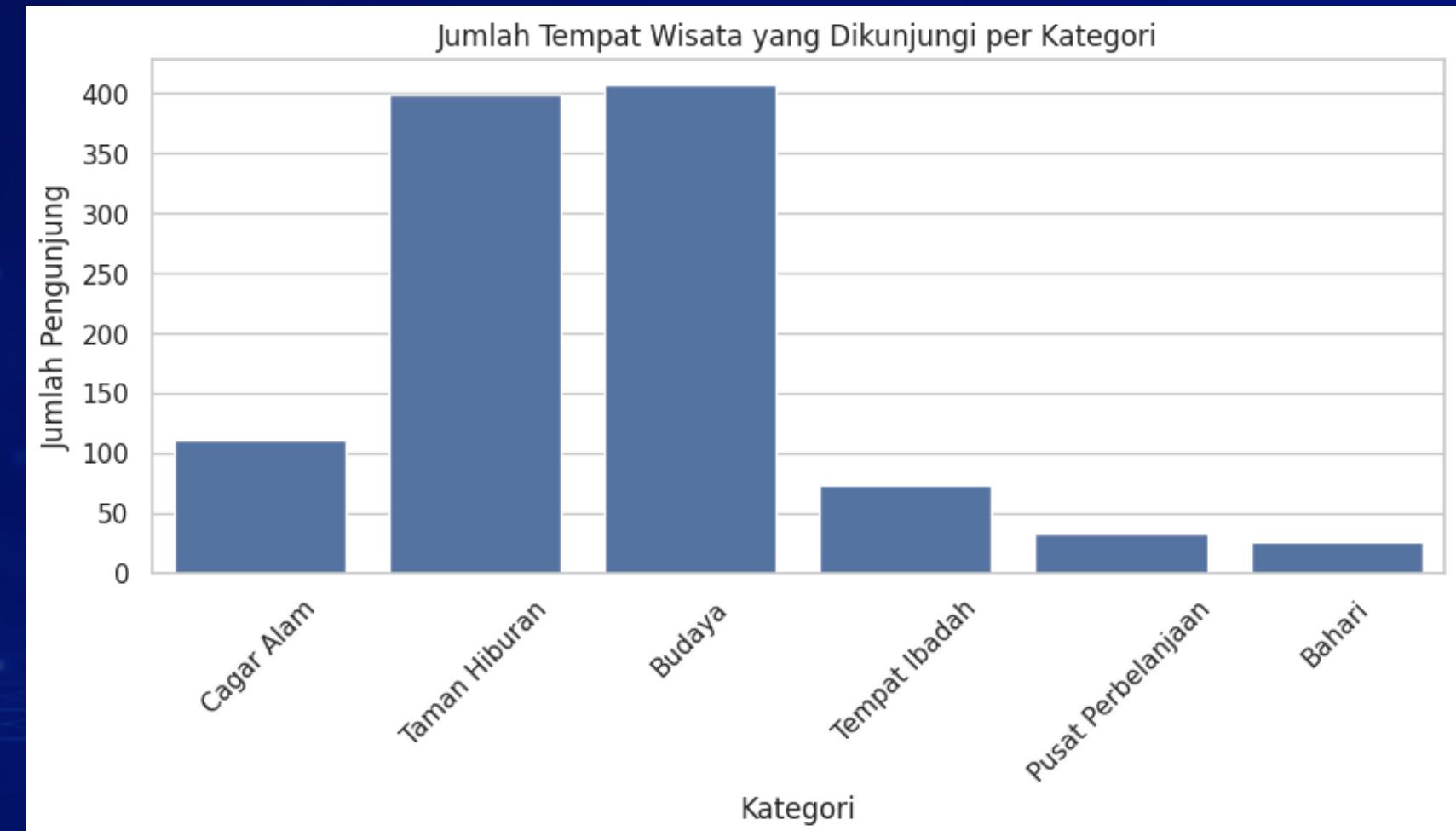


Jumlah Tempat Wisata yang Dikunjungi per Kategori

Kategori unggulan didominasi oleh Budaya (408) dan Taman Hiburan (399), mencerminkan minat besar pada wisata sejarah dan rekreasi modern. Cagar Alam (111) dan Bahari (26) memiliki potensi namun masih kurang diminati, sementara Tempat Ibadah (73) dan Pusat Perbelanjaan (33) menunjukkan kunjungan rendah dan butuh pengembangan.

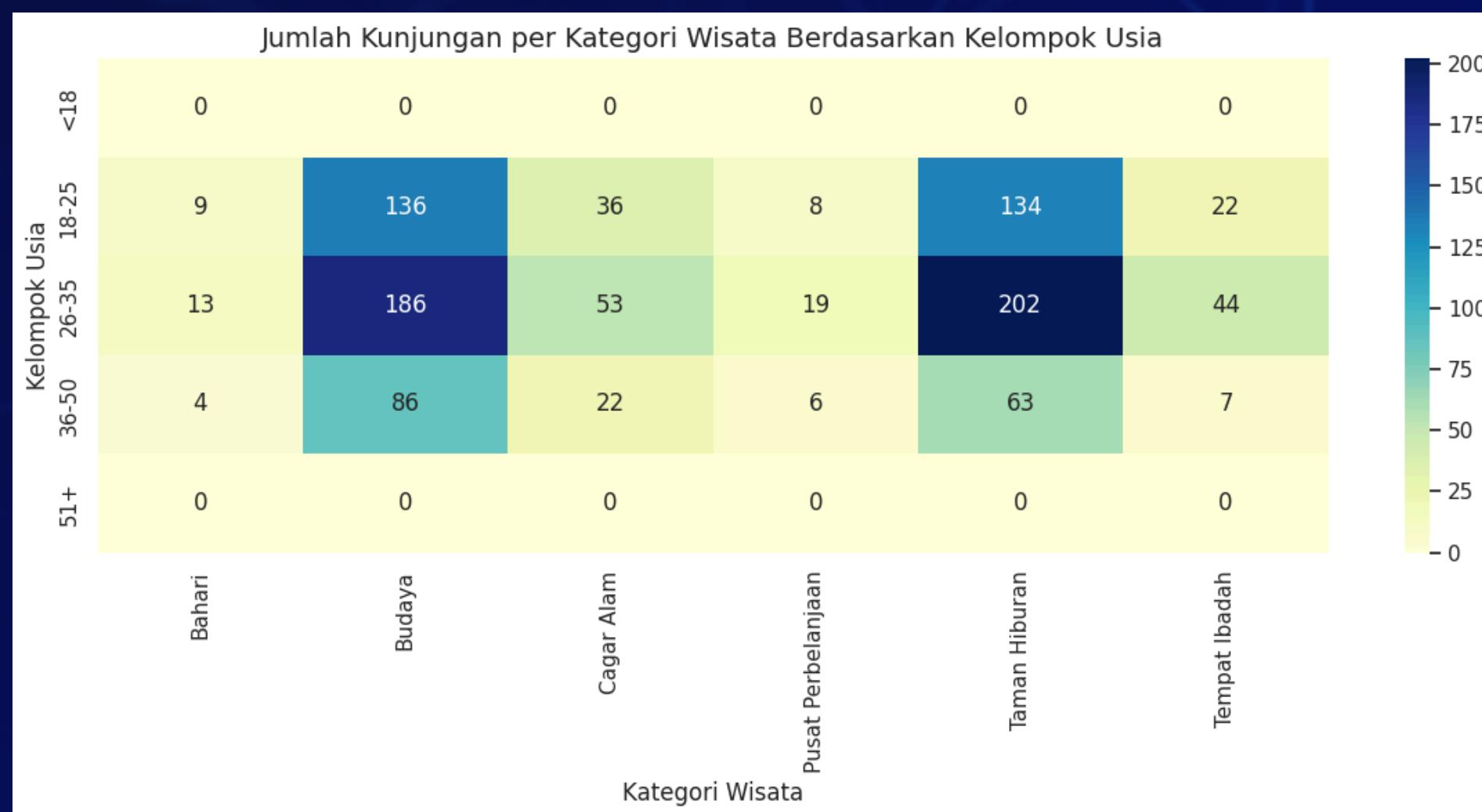
Rekomendasi:

- Budaya & Taman Hiburan: Kembangkan festival budaya, tur berpemandu, kolaborasi dengan influencer, dan paket keluarga.
- Cagar Alam & Bahari: Tambah fasilitas wisata alam, promosikan aktivitas outdoor dan wisata air, serta tingkatkan akses transportasi.
- Tempat Ibadah & Pusat Perbelanjaan: Gabungkan dengan wisata sejarah dan kuliner, serta adakan event temporer seperti bazar atau pameran seni.





Jumlah Pengunjung Per Kategori Berdasarkan Usia



Kelompok usia 18–35 tahun mendominasi kunjungan wisata, terutama pada kategori Budaya dan Taman Hiburan, menjadikannya target utama promosi. Usia 36–50 tahun menunjukkan minat lebih rendah, namun masih relevan untuk wisata edukatif. Kelompok <18 dan 51+ tidak tercatat, kemungkinan karena data belum mencakup atau kurang aktif berwisata secara mandiri.

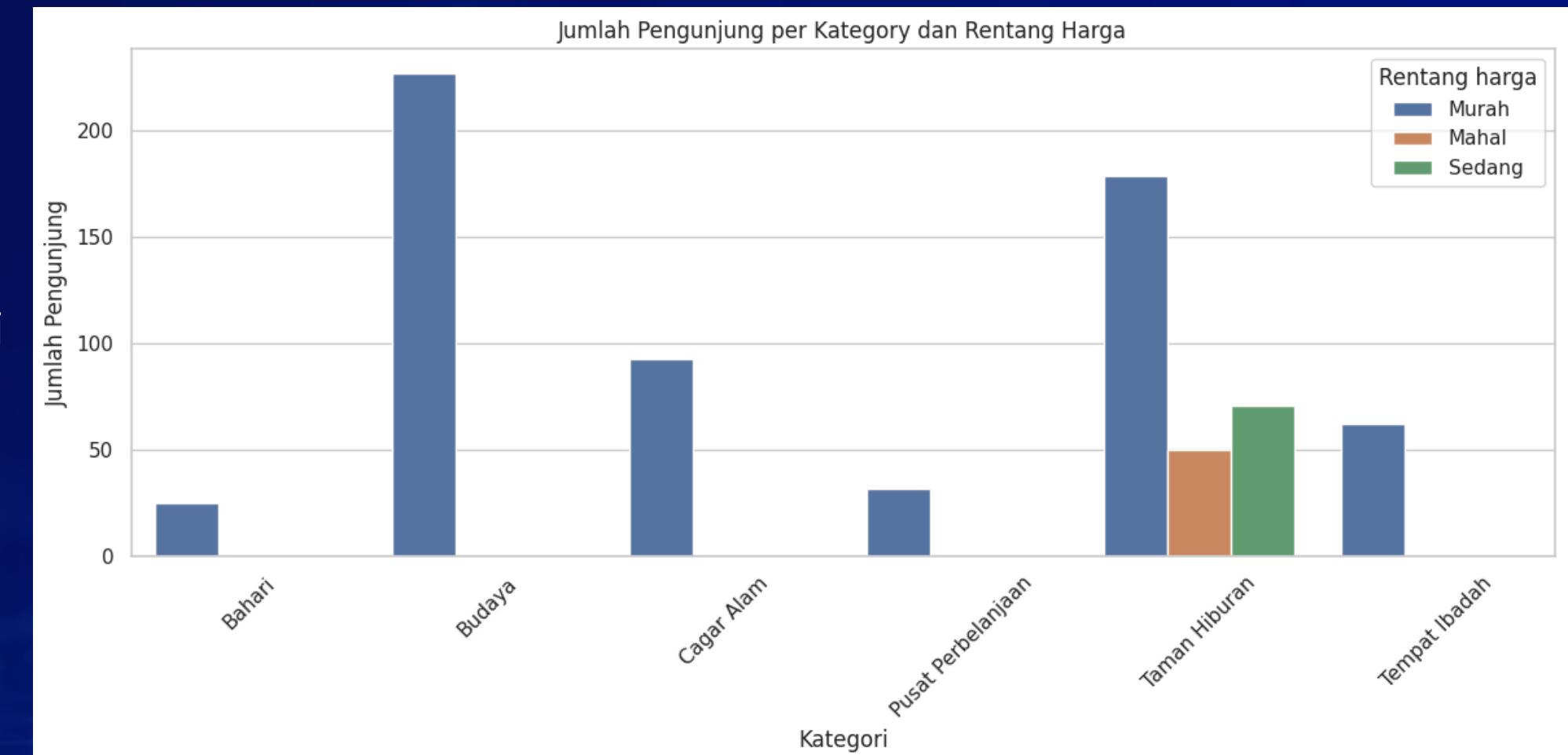
Rekomendasi: Fokus pemasaran pada usia produktif 18–35 tahun, kembangkan pengalaman edukatif untuk usia 36–50, dan perluas cakupan data agar strategi lebih inklusif.

Segmentasi Harga

Segmentasi harga destinasi wisata ke dalam tiga kategori berdasarkan nilai kolom Price, yaitu:

- "Murah" untuk harga ≤ 20.000 ,
- "Sedang" untuk harga antara 20.001 hingga 50.000, dan
- "Mahal" untuk harga > 50.000 .

Kategori Budaya dan Taman Hiburan mendominasi kunjungan, dengan harga murah sebagai faktor penarik utama. Harga murah menyumbang 88,5% dari total kunjungan, menunjukkan tingginya sensitivitas harga. Taman Hiburan menjadi satu-satunya kategori dengan tiga tingkat harga, namun versi murah tetap paling diminati.



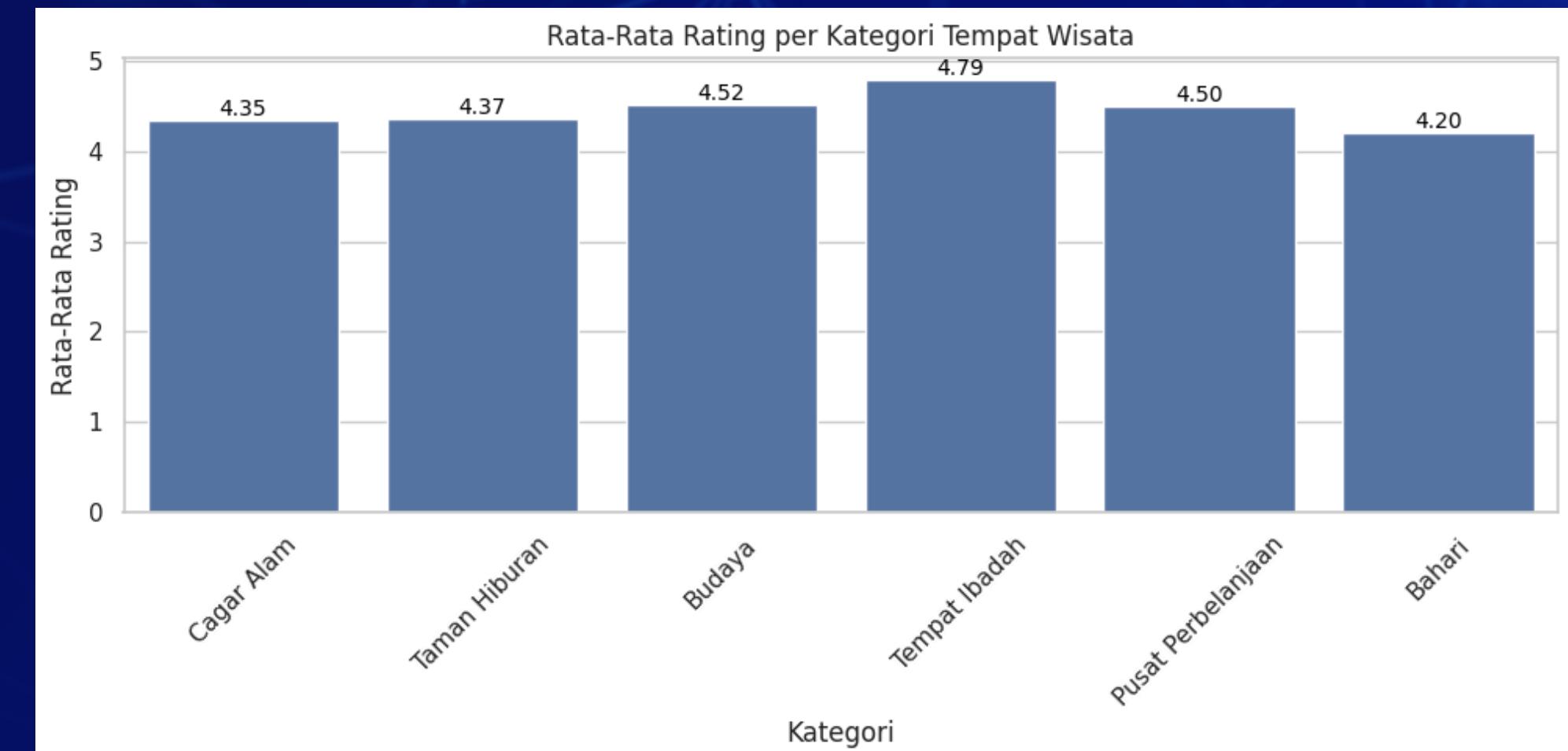
Rekomendasi:

- Budaya & Taman Hiburan: Kembangkan tur premium, paket kombinasi, dan layanan tambahan berbayar tanpa menghilangkan opsi murah.
- Cagar Alam & Bahari: Tambah layanan premium dan paket all-inclusive untuk menarik segmen baru.
- Pusat Perbelanjaan & Tempat Ibadah: Optimalkan fungsi sebagai venue event dan wisata religi berbasis storytelling.

Rata-Rata Rating Per Kategori

Tempat Ibadah memiliki rating tertinggi (4.79), diikuti oleh Budaya (4.52) dan Pusat Perbelanjaan (4.50), menandakan tingkat kepuasan pengunjung yang sangat baik. Kategori Bahari memiliki rating terendah (4.20), meski masih tergolong tinggi, menunjukkan potensi perbaikan pada aspek fasilitas atau aksesibilitas. Secara keseluruhan, distribusi rating cukup merata dan tinggi.

Rekomendasi: Tingkatkan kualitas wisata Bahari, pertahankan standar pada Tempat Ibadah dan Budaya, serta perkuat infrastruktur dan promosi pada kategori potensial seperti Taman Hiburan dan Cagar Alam.





Final Project



Terima Kasih