

SEGMENTASI WISATAWAN TAMAN AGROWISATA TENAYAN RAYA KOTA PEKANBARU PROVINSI RIAU

Oleh: M. Ikhwanul Ihsan
E-mail: Ikhwanulihsan023@gmail.com
Pembimbing: Andri Sulistyani

Jurusan Ilmu Administrasi – Program Studi Pariwisata
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. HR. Soebrantas Km. 12,5 Simp. Baru Pekanbaru
28293 Telp/Fax. 0761-6327

Abstract

Garden agro tours Tenayan Raya Pekanbaru city, it is one of the attractions that deserve to be developed, because the number of visits from year to year continues to increase. The reason the researchers chose the agro- tourism of pekanbaru city of riau province is the first agro tourism area in pekanbaru city and the agro- tourism park is quite interesting, which combines farming areas, farms and game riders into a beautiful area. This study aims to describe the segmentation of tourists in Taman Agro Tourism Tenayan Raya Pekanbaru City Riau Province. The method used in this research is quantitative descriptive method. From the result of the research, it is known that the geographical segmentation of 86% comes from the city of Pekanbaru and 14% from outside Pekanbaru, female demographic segmentation is 67% and males 33%, age 26-35 years 39% , 83% are married and 17% are unmarried, then on average have 4 core family members, 59% senior high school education, with an average job as an entrepreneur of 40% with monthly expenses of Rp. 3,000,000-4,000,000. Then psychologically tourists who come to visit the Agro Park Tenayan Raya Tour Pekanbaru city on average with families, tourists who come more happy to use a motorcycle. The average tourist knowing information about Taman Agro Wisata Tenayan Raya Pekanbaru City comes from relatives of 81% and is willing to recommend the location to others by 93%. Tourists who come to visit with the aim to relax by 46%. Tourists who use restaurant and gazebo facilities as many as 100 people, fruit garden as many as 60 people, mini market as many as 40 people, fishing ponds, 37 people, toilets as many as 30 people and outbound arena, outfit, rice fields, vegetable garden 29 people sebalamak. While the tourists who are interested in doing activities such as, taking 88 people, 60 people harvest, 37 people fishing, 29 agro-educational and outbound activities, 18 archery, flying fox as many as 11 people and family gathering as many as 6 people .

Keywords: Segmentation, Tourist, Agro Tourism.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Suatu kawasan yang memiliki perpanduan antara keindahan alam kehidupan masyarakat dan potensi pertanian, bilamana ditata secara baik dan ditangani secara serius dapat menjadi daya tarik wisata bagi suatu daerah tujuan wisata contohnya seperti kawasan agrowisata. Salah satu manfaat dari suatu kawasan agrowisata yang menghadirkan aneka tanaman dapat memberikan manfaat dalam perbaikan kualitas iklim mikro, menjaga siklus hidrologi, mengurangi erosi, melestarikan lingkungan, memberikan desain lingkungan yang indah bila dikelola dan dirancang dengan baik.

Dengan berkembangnya agro wisata yang memanfaatkan potensi pertanian, dan melibatkan masyarakat sekitar, dapat berfungsi sebagai pemberdayaan masyarakat selaras dengan pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata. Pemberdayaan masyarakat dimaksud adalah agro wisata yang dapat mengikutsertakan peran dan aspirasi Masyarakat selaras dengan pendayagunaan potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang dimilikinya.

Pekanbaru sebagai ibu Kota di Provinsi Riau memiliki potensi wisata yang cukup banyak. Areal hutan lindung yang potensial untuk obyek wisata, hamparan areal perkebunan yang potensial sebagai agrowisata, hamparan lahan pertanian dengan berbagai jenis sayuran dan buah yang dapat dijadikan sebagai lokasi wisata alam dan wisata edukasi. Namun sayangnya, semua itu belum dimanfaatkan secara praktis dan ekonomis.

Agrowisata juga memegang peranan penting dalam peningkatan pendapatan asli daerah, sekaligus sangat menunjang dalam peningkatan taraf

perekonomian masyarakat. Dengan adanya sebuah tempat wisata di suatu daerah, dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar untuk meningkatkan atau menambah pendapatan mereka. Misalnya saja dengan membangun kedai makanan dan minuman, rumah peristirahatan, areal parkir, gerai souvenir, ataupun kerajinan tangan.

Masyarakatpun menjadi lebih kreatif dalam memanfaatkan tempat wisata tersebut. Kontak dengan masyarakat luar daerah, sebagai pengunjung tempat wisata, akan menambah cakrawala berpikir masyarakat setempat sehingga lebih maju dan inovatif. Berbagai kegiatan rekreasi yang dilakukan orang-orang telah mendorong berbagai sarana rekreasi baik yang bersifat alam buatan manusia.

Salah satu obyek dan daya tarik wisata yang memiliki keterpaduan antara alam dan buatan manusia adalah untuk menciptakan keharmonisan antara manusia dengan lingkungannya. Suasana alami yang dilatar belakangi kenyamanan lingkungan, adalah tempat yang banyak diminati wisatawan. Aktivitas agrowisata diharapkan dapat menarik para wisatawan untuk menikmati berbagai jenis hasil pertanian dan sekaligus memberikan dorongan kepada pengenalan berbagai jenis hasil lainnya seperti perkebunan, kehutanan, perikanan, peternakan dan hortikura.

Salah satu tempat wisata yang layak untuk dikembangkan di Kota Pekanbaru adalah Taman Agrowisata Tenayan Raya yang berlokasi di Jalan Kadiran Kelurahan Kulim Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru. Taman Agrowisata yang dikelola oleh Adi Prastowo ini awalnya dirintis tahun 2013 silam. Taman ini menjadi alternatif tujuan wisata dengan konsep agro-edukasi, menawarkan suasana alam

pedesaan yang di lengkapi berbagai fasilitas bagi wisatawan. Adi Prastowo semula hanya berkeinginan bercocok tanam jambu air madu dilahan seluas 1,5 hektar ide itu muncul setelah Adi mendapatkan oleh-oleh jambu air madu dari Kota Medan Sumatera Utara ia terkesan karena jambu air madu rasanya enak.

Berbekal keinginan kuat, Adi kemudian merintis kebun jambu air madu dengan modal awal lebih kurang 150 batang. Seiring waktu, hingga kini sudah ada 750 pohon jambu air madu dilahan Adi. Jambu ternyata selain enak untuk dikonsumsi ternyata sangat berkhasiat bagi kesehatan manusia dan juga dapat mempercantik kulit wajah dan tubuh yang kuat. Selain madu, Adi juga menanam klengkeng, jeruk, padi sawah. Adi Prastowo tak lupa menggandeng warga sekitar yang juga memiliki kebun buah-buahan. Adi dan para tetangganya bekerja sama mengembangkan daerah itu menjadi kawasan taman agro wisata (*Sumber travel.tribunnews.com*).

Taman agro wisata Tenayan Raya memiliki luas 6 hektare dengan jarak tempuh 10 km dari pusat kota dan waktu tempuh normal 15 menit dari pusat kota. Taman ini didirikan dengan tujuan untuk memberikan alternatif tujuan wisata dengan konsep agro-edukasi dan menawarkan suasana alam pedesaan yang di lengkapi dengan fasilitas seperti, restoran terapung, gazebo & pendopo, flying fox, Arena panahan dan motor ATV, arena outbound dewasa & anak-anak, kebun jambu madu, kebun lengkeng, sawah, dan berbagai macam sayuran, kantin, mushola, kolam pancing, kamar mandi, tempat parkir.

Taman agro wisata Tenayan Raya juga menyediakan berbagai kegiatan seperti, membuat pupuk kompos para wisatawan diajarkan cara

membuat kompos dari sampah organik seperti sampah dedaunan dan rerumputan kering yang banyak di sekitar kita dapat menyuburkan tanaman yang akan ditanami tanaman. Pengunjung juga dapat menikmati wahana permainan seperti, menangkap lele, menangkap belut, menanam di polibeg. Taman agro juga menyediakan paket edukasi dengan kisaran harga 50.000/ pax.

Para peserta dapat menikmati beberapa program seperti, foto bersama, ice breaking, penen sayur (sesuai kondisi), menanam bibit di polybag, belajar membuat kompos, memberi makan kambing, belajar menanam padi, mini outbound, menangkap lele di sawah, sertifikat agroedukasi. Taman agrowisata ini juga menyediakan bibit jambu yang di hargai dengan 100.000 per batang, buah jambu dengan harga 40.000 per Kg, berbagai jenis ikan seperti, Gurami, Nila dan Lele yang siap dibawa pulang oleh pengunjung.

Alasan peneliti memilih kawasan taman agro wisata Tenayan Raya Pekanbaru adalah karna kawasan taman agro wisata Tenayan Raya Pekanbaru merupakan kawasan agro wisata pertama di kota Pekanbaru dan taman agro wisata ini cukup menarik, menggabungkan area pertanian, peternakan dan wahana permainan menjadi suatu kawasan yang indah.

Taman agro wisata Tenayan Raya Pekanbaru juga menyediakan leader khusus untuk membimbing para peserta yang melaksanakan program agro-edukasi dalam mempraktekkan kegiatan seperti, bagaimana cara menanam padi di sawah, membuat pupuk kompos, memberi makan kambing, menangkap lele, sesuai dengan program yang ditentukan. Yang berguna untuk mendidik dan menambah wawasan siswa tersebut. Taman agro wisata Tenayan Raya juga

menyediakan arena outbound dan wahana permainan seperti flying fox, arena panahan yang memiliki kisaran harga Rp. 50.000 per jam yang disediakan untuk para pengunjung.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti pengunjung umum biasanya melakukan kegiatan seperti memancing ikan, memanen buah-buahan dikebun yang telah disediakan oleh pihak pengelola. Para pengunjung Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru berasal dari daerah yang berbeda beda, baik berasal dari dalam atau luar kota. Pengunjung yang datang ke Taman Agrowisata biasanya tidak sendiri melainkan bersama keluarga dan kerabat untuk menghabiskan waktu dengan tujuan masing-masing. Karna semakin meningkatnya jumlah pengunjung dari berbagai kalangan. Memicu peneliti untuk melakukan pensegmentasian wisatawan yang perlu dilakukan dan dikembangkan.

Dengan mengetahui segmentasi wisatawan yang ada, diharapkan pihak pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru mampu mengidentifikasi segmen pasar yang terbentuk pada pasar pariwisata dan mampu melayani wisatawan dengan lebih baik untuk mengenali perbedaan wisatawan. Oleh karna itu maka perlu dilakukan segmentasi terhadap para wisatawan yang berguna untuk mengetahui kelompok-kelompok sosial wisatawan, jenis-jenis wisatawan, daerah asal wisatawan dan kebiasaan wisatawan yang datang ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru. Dengan adanya pensegmentasian pihak pengelola dapat membangun fasilitas atau amenities sesuai dengan yang dibutuhkan oleh para pengunjung.

Segmentasi dapat dilakukan dengan menggunakan teori *kotler, 2007* berdasarkan segmentasi geografi, segmentasi demografi, dan segmentasi

psikografi guna untuk mengetahui jenis wisatawan yang sering berkunjung. Jika pihak pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru mengetahui tujuan dan manfaat yang dicari oleh wisatawan, maka akan lebih memudahkan dalam penentuan pemasaran.

1. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka didapati rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana segmentasi wisatawan Taman Agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru?

2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Mendeskripsikan Segementasi Wisatawan Taman Agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan sebelumnya dan juga agar lebih fokus pada topik penelitian, maka perlu adanya pembatasan masalah dan pembahasan di batasi pada “Segmentasi Wisatawan Taman Agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau”.

4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat akademik adalah sesuatu yang berguna dalam pengembangan ilmu yang dipelajari dalam perkuliahan dan meningkatkan pemahaman terhadap ilmu yang dipelajari. Secara akademik dalam penelitian dapat memberikan manfaat dalam memperdalam kajian teori yang penulis dapatkan selama mengikuti bangku perkuliahan dan sebagai perbandingan sebagai hasil penelitian yang penulis dapatkan dilapangan.

2. Manfaat praktis adalah sesuatu yang berguna secara langsung baik itu oleh masyarakat, institusi maupun organisasi manfaat praktis dari penelitian ini diharapkan memberikan

manfaat bagi masyarakat, pemilik atau pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru. Hasil dari kajian akan digunakan sebagai dasar pemberian rekomendasi kepada pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru terkait untuk penentuan Segmentasi Wisatawan Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru kedepannya.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Segmentasi Wisatawan

Segmentasi wisatawan adalah suatu kegiatan membagi-bagi kelompok berdasarkan karakteristik ataupun perilaku yang berbeda. Segmentasi mencakup pengelompokan kebutuhan dasar, perbedaan kebutuhan, dan keinginan wisatawan. Segmentasi bertujuan untuk dapat mencapai kepuasan wisatawan yang lebih tinggi, bukan hanya didasarkan atas kelas sosial ekonomi konsumen, usia, dan jenis kelamin. Disamping itu, segmentasi dapat didasarkan pada *benefit* atau manfaat atau keuntungan yang diberikan produk atau jasa yang kita ciptakan, yang akan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan (Wijayanti T, 2012, 18).

Menurut (CKotler, 2002) Segmentasi wisatawan pada dasarnya adalah suatu strategi untuk memahami kebutuhan dan kelompok wisatawan. Segmentasi wisatawan adalah proses mengidentifikasi dan membentuk kelompok pembeli yang berbeda yang mungkin meminta produk dan atau bauran pemasaran tersendiri. Mereka mungkin berbeda dalam harapan dan keinginan, kemampuan, lokasi, geografis, sikap pembeli, tingkah laku membeli dan sebagainya.

Lepas dari jenis skema segmentasi mana yang digunakan, yang penting adalah program pemasaran bisa disesuaikan secara menguntungkan untuk mengenali perbedaan pelanggan.

(Variable segmentasi utama menurut CKotler, 2007), yaitu meliputi :

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis mengharuskan pembagian wisatawan dari geografi yang berbeda seperti, kelompok atau daerah asal wisatawan. Perusahaan dapat memutuskan untuk beroperasi dalam satu atau sedikit wilayah geografi atau beroperasi dalam seluruh wilayah tetapi memberikan perhatian pada variasi lokal dalam kebutuhan dan preferensi geografi (CKotler, 2007).

2. Segmentasi Demografi

Wisatawan dibagi menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variable-variable demografi seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, dan kelas sosial. Variable-variable demografi adalah dasar yang paling populer untuk membedakan kelompok-kelompok wisatawan. Satu alasan adalah bahwa keinginan, preferensi dan tingkat pemakaian wisatawan sangat berhubungan dengan variable-variable demografi (CKotler, 2007).

3. Segmentasi Psikografi

Dalam segmentasi psikografis, wisatawan dibagi menjadi kelompok berbeda berdasarkan gaya hidup atau kepribadian atau nilai. Orang-orang dalam kelompok demografis yang sama dapat menunjukkan gambaran psikografis yang sangat berbeda. Psikografi sering diartikan sebagai pengukuran AIO (*Activity, Interest, Opinion*) yaitu pengukuran kegiatan, minat dan pendapatan wisatawan (CKotler, 2007).

Activity (kegiatan) adalah tindakan nyata seperti kebiasaan wisatawan. Walaupun tindakan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dan dapat diukur secara langsung. *Interest* (minat) akan semacam obyek, peristiwa atau

topik adalah tingkat kegairahan yang menyertai perhatian khusus maupun terus menerus kepadanya. Dan *Opinion* (opini) adalah jawaban lisan atau tertulis yang orang berikan sebagai respons terhadap situasi stimulasi dimana semacam pertanyaan diajukan.

Opini digunakan untuk mendes

Kotler dan Armstrong (2012:49) mengemukakan segmentasi memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan karena beberapa alasan:

1) Segmentasi memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam pengelompokan mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi wisatawan menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan segmenmana yang akan dilayani. Selain itu segmentasi memungkinkan perusahaan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai keinginan dan kebutuhan wisatawan.

2) Segmentasi merupakan dasar untuk menentukan komponen-komponen strategi yang disertai dengan pemilihan target memberikan acuan dalam penentuan positioning.

3) Segmentasi merupakan faktor kunci untuk mengalahkan pesaing, dengan memandang wisatawan dari sudut yang unik dan cara yang berbeda dari yang dilakukan pesaing.

Adapun proses evaluasi segmentasi adalah:

- a) Ukuran segment dan pertumbuhan.
- b) Struktur segment dan kebiasaan wisatawan.
- c) Sumber daya perusahaan.

2. **Objek wisata**

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumberdaya tarik, baik alamiah, maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan,

pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Adisasmita, 2010).

Menurut Fandeli (2000), objek wisata adalah perwujudan daripada ciptaan manusia, tata hidup, dan tempat atau keadaan alam yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi wisatawan. Sedangkan objek wisata alam adalah objek wisata yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

Objek wisata merupakan suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah, maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, monumen-monumen, atraksi dan kebudayaan khas lainnya (Adisasmita, 2010). Menurut SK MENPARPOSTEL No : KM. 98/ PW. 102/MPPT 87, objek wisata adalah semua tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan diusahakan sebagai tempat yang dikunjungi wisatawan. Objek wisata terdiri atas :

1. Objek wisata ciptaan Tuhan yang Maha Esa

Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan yang Maha Esayang terwujud keadaan alam serta flora dan fauna. Objek dan daya tarik yang terwujud keadaan alam serta flora dan fauna merupakan suatu bahan atau kawasan pengelolaan objek dan daya tarik wisata. Wisata ini harus dilakukan secara baik dan bijaksana karena sumber daya alam maupun ekosistemnya sangat peka terhadap perubahan-perubahan untuk pengembangan jenis jenis dan wisata ini memiliki keterlibatan unsur. Unsur-unsur ini perlu digali dan dipahami,

sehingga pendekatan langkah untuk pengembangan dan pemanfaatan dapat dilakukan secara cepat.

2. Objek wisata berupa hasil karya manusia.

Objek wisata berupa karya manusia merupakan pemanfaatan berbagai jenis manusia dan hasil kreasinya yang diciptakan dari pemanfaatan sumber daya alam dan sumber daya manusia yang menjadi sasaran wisata. Seperti taman bermain, pertanian (agrowisata), wisata air, wisata petualangan dan tempat hiburan lainnya.

3. Wisatawan

Berbicara tentang kepariwisataan, pasti tidak akan terlepas dengan orang yang melakukan kegiatan perjalanan wisata atau dikenal dengan istilah wisatawan. Banyak definisi atau batasan tentang wisatawan yang dikemukakan oleh para ahli seperti Soekadijo (2000:3) memberikan batasan sebagai berikut wisatawan ialah orang yang mengadakan perjalanan dari tempat kediamannya tanpa menetap di tempat yang didatanginya atau hanya untuk sementara waktu tinggal di tempat yang di datangnya. Wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan benar-benar ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum,2009:17).

4. Karakteristik wisatawan

Berdasarkan karakteristik wisatawan akan didapatkan suatu cerita panjang tentang mereka; siapa, darimana, dengan apa, dengan siapa dan masih banyak lagi. Wisatawan memang beragam; tua muda, miskin, kaya semua

ingin berwisata dengan keinginan dan harapan yang berbeda-beda. Gambaran mengenai wisatawan biasanya dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanannya (*trip descriptor*) dan karakteristik wisatawan (*tourist descriptor*). Seaton dan Bannet, 1996.

1. *Trip Descriptor*; wisatawan dibagi ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan jenis perjalanan yang dilakukannya. Lebih lanjut jenis-jenis perjalanan ini juga dapat dibedakan lagi berdasarkan lama perjalanan, jarak yang ditempuh, waktu melakukan perjalanan tersebut, jenis akomodasi/ transportasi yang digunakan dalam perjalanan, pengorganisasian perjalanan, besar pengeluaran dan lain-lain. Beberapa pengelompokan wisatawan berdasarkan karakteristik perjalanannya dapat dilihat pada tabel berikut.

2. *Tourist Descriptor*; memfokuskan pada wisatawan, biasanya digambarkan dengan “*Who wants what, why, when, where, and how much*”? Untuk menjelaskan hal-hal tersebut digunakan beberapa karakteristik diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Sosio-Demografis
Karakteristik sosio-demografis mencoba menjawab pertanyaan “*who wants what*”. Pembagian berdasarkan karakteristik ini paling sering dilakukan untuk kepentingan analisis pariwisata, perencanaan, dan pemasaran, karena sangat jelas defenisinya dan relative mudah pembagiannya (Kotler,1996). Pengunjung pada suatu objek wisata memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan melakukan kunjungan ke suatu objek wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung (Smith,1989)

2) Karakteristik Geografis

Karakteristik geografis membagi wisatawan berdasarkan lokasi tempat tinggalnya, biasanya dibedakan menjadi desa, kota, propinsi. Pembagian ini lebih lanjut dapat pula dikelompokkan berdasarkan ukuran (*size*) kota tempat tinggal, kepadatan pendudukan di daerah tersebut.

3) Karakteristik Psikografis

Karakteristik ini membagi wisatawan ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kelas sosial, *life-style* dan karakteristik personal. Wisatawan dalam kelompok demografis yang sama mungkin memiliki profil psikografis yang sangat berbeda. Beragamnya karakteristik dan latar belakang wisatawan menyebabkan beragamnya keinginan dan kebutuhan mereka akan suatu produk wisata. Pengelompokan-pengelompokan wisatawan dapat member informasi mengenai alasan setiap kelompok mengunjungi objek wisata yang berbeda, beberapa besar ukuran kelompok tersebut, pola pengeluaran setiap kelompok, serta respon kelompok terhadap berbagai bentuk iklan paket wisata.

5. Kebutuhan dan keinginan wisatawan

Sejalan dengan semakin pesatnya kebutuhan akan berwisata, memberikan gambaran peningkatan terhadap industri-industri yang bergerak di bidang pariwisata dimana pengelola pariwisata harus dapat memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada wisatawan sebagai pemakai jasa pariwisata. Agar dapat memberikan pelayanan terbaik mungkin bagi pemakai jasa wisata maka penyedia jasa pariwisata haruslah memahami kebutuhan dan keinginan wisatawan.

Kebutuhan dan keinginan wisatawan tersebut merupakan hal-hal yang mendasari serta membentuk

preferensi seorang wisatawan. Preferensi wisatawan adalah nilai-nilai bagi wisatawan yang diperhatikan dalam menentukan sebuah pilihan maka wisatawan akan menggunakan harapannya sebagai standar acuan. Preferensi pegunjung lebih mengacu kepada bagaimana bagaimana perasaan seseorang atas sesuatu hal dan apa yang mereka lakukan, sehingga dapat dikatakan sebagai bentuk pernyataan dari rasa ketertarikan wisatawan atas sesuatu yang mampu menghalangi seseorang mencapai apa yang mereka kehendaki seperti waktu, jarak, dan pendapat.

6 Penelitian Relevan

Untuk melakukan penelitian perlu adanya pengacuan pada penelitian-penelitian yang telah dilakukan, sehingga dengan begitu penelitian dapat dilakukan dengan baik, berikut penelitian yang relevan dengan mengangkat segmentasi wisatawan adalah sebagai berikut:

1) Penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Jihan Tamami pada tahun 2010 dengan judul, Analisis Segmentasi Wisatawan Kebun Raya Bogor Dengan Pendekatan Gaya Hidup. (Studi kasus dilakukan di Kebun Raya Bogor), Institut Pertanian Bogor. Metode penelitian yang dilakukan adalah uantitatif dengan teknik *convenience sampling*, adapun tujuan penelitian ini adalah Menganalisis segmentasi wisatawan Kebun Raya Bogor berdasarkan gaya hidup berwisata pengunjung.

2) Erisa (2007) telah melakukan penelitian dengan menganalisis pasar konsumen untuk produk wisata berdasarkan pendekatan gaya hidup AIO untuk kasus wisatawan domestik di Jakarta untuk produk pariwisata Kalimantan Tengah. Alat analisis yang digunakan meliputi analisis frekuensi,

crosstab, dan diskriminan. Variabel penelitian yang digunakan meliputi demografi, gaya hidup, perilaku, psikografi. Dan setelah menggunakan analisis menggunakan analisis cluster terbentuk 5 segmen yaitu *modern snob* bagi mereka yang mengutamakan *image* dan *prestige* dalam berwisata dan memiliki daya beli yang tinggi, *outdoor adventure cost conscious* bagi mereka yang menyukai petualangan yang menantang dengan anggaran terbatas, *Leisure Classic Travel* bagi mereka yang menyukai berwisata santai dengan keluarga, *Urban Hedonistic* bagi mereka yang suka berwisata di perkotaan dengan hidup dan *Family experiential Travel* bagi yang menyukai wisata dengan memberikan pengalaman baru bagi keluarga.

METODE PENELITIAN

1. Desain Penelitian

Widi (2010:211) mengatakan bahwa desain penelitian dapat didefinisikan sebagai rencana, struktur dan strategi penyelidikan yang hendak dilakukan guna mendapatkan jawaban dari pertanyaan atau permasalahan penelitian. Maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian adalah menentukan apa yang akan diobservasi dan dianalisis. Pada penelitian ini, penulis bermaksud untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang segmentasi wisatawan berkunjung ketaman agro wisata Tenayan Raya Pekanbaru. Sehingga penelitian ini dengan desain deskriptif dengan data kuantitatif.

Metode penelitian deskriptif yaitu metode penelitian yang memusatkan perhatian pada masalah-masalah atau fenomena yang bersifat aktual pada penelitian dilakukan, kemudian menggambarkan fakta-fakta tentang masalah yang diselidiki sebagaimana

adanya diiringi dengan dengan interpretasi yang rasional dan akurat (Nawawi, 2009:12). Dan menurut Wardiyanta (2010:4) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif sebagai bahan analisisnya.

Desain penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu dengan cara menggambarkan dan menjelaskan secara terperinci mengenai masalah yang akan diteliti berdasarkan data-data yang diperoleh dari laporan penelitian berupa angket/kuesioner yang telah dikumpulkan, kemudian dianalisa dan dituturkan dalam bentuk kalimat untuk kemudian ditarik kesimpulan. Hasil pengolahan tersebut selanjutnya dipaparkan dalam bentuk angka-angka sehingga memberikan suatu kesan lebih mudah maknanya oleh siapapun yang membutuhkan informasi tentang keberadaan gejala tersebut (sumarni dan wahyuni, 2006:97). Dengan demikian penelitian ini menggambarkan objek berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dan dilakukan analisis dari data yang diperoleh.

2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Peneliti ini mulai dilakukan pada 11 september 2017 di Taman Agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

3. Jenis Data dan Sumber Data Penelitian

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung di lapangan baik melalui wawancara maupun observasi dan data lainnya yang dianggap berkaitan dengan peneliti yang berguna sebagai kelengkapan data. Jadi dalam penelitian ini, data primer yang didapatkan adalah hasil dari data-data saat peneliti melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi di kawasan taman agro

wisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan sumber data yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara seperti literatur, artikel, jurnal, serta situs di internet yang berkenaan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu peneliti juga memperoleh data dari sejumlah buku-buku, brosur, website dan contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Manfaat dari data sekunder adalah lebih meminimalkan biaya dan waktu, mengklasifikasikan permasalahan-permasalahan, menciptakan tolak ukur untuk mengevaluasi data primer, dan memenuhi kesenjangan-kesenjangan informasi. Jika informasi telah ada, pengeluaran uang dan pengorbanan waktu dapat dihindari dengan menggunakan data sekunder. Manfaat lain dari data sekunder adalah bahwa seorang peneliti mampu memperoleh informasi lain selain informasi utama.

4. Populasi dan Sampel Penelitian

1) Populasi

Sakaran (2003) dalam Zulganef (2008:13) mengungkapkan pengertian populasi sebagai keseluruhan kelompok orang, kejadian, atau hal-hal yang menarik bagi peneliti untuk diteliti. Maka dapat dipahami bahwa populasi bisa berupa sekelompok orang. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung yang berkunjung ke taman agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru.

2) Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel Penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Suharsimi Arikunto, 1998).

Adapun untuk mendapatkan responden dari pihak pengunjung digunakan teknik purposive sampling, yaitu salah satu teknik sampling non random sampling dimana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Berdasarkan penjelasan purposive sampling tersebut, ada dua hal yang sangat penting dalam menggunakan teknik sampling tersebut, yaitu non random sampling dan menetapkan ciri khusus sesuai tujuan penelitian oleh peneliti itu sendiri.

Non random sampling adalah teknik sampling yang tidak memberikan kesempatan yang sama pada setiap anggota populasi untuk dijadikan sampel penelitian. Sedangkan Ciri khusus sengaja dibuat oleh peneliti agar sampel yang diambil nantinya dapat memenuhi kriteria-kriteria yang mendukung atau sesuai dengan penelitian. Menurut *Arianto (2006)* pengertiannya adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.

Dengan adanya keterbatasan waktu dan biaya, maka penulis akan menentukan jumlah sampel tersebut sebanyak 100 sampel selama penulis melakukan penelitian di Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru.

5. Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Untuk memperoleh data dari penelitian ini maka digunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1) Angket/kuesioner

Angket merupakan suatu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan

pada responden untuk mendapat jawaban (Depdikbud:1975).

Angket adalah suatu daftar atau kumpulan pertanyaan tertulis yang harus dijawab secara tertulis juga (WS. Winkel, 1987). Sedangkan kuesioner adalah suatu daftar yang berisi pertanyaan yang harus dijawab atau dikerjakan oleh orang/anak yang ingin diselidiki atau responden (Bimo Walgito, 1987).

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan suatu alat pengumpul data yang berupa serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan kepada subyek untuk mendapatkan jawaban secara tertulis juga.

i. 2) **Observasi**

Observasi merupakan teknik yang banyak dilakukan oleh peneliti pada bidang ilmu social. Pengumpulan informasi tentang objek atau kenyataan yang akan dipelajari dengan menggunakan cara observasi dapat diselenggarakan sendiri oleh peneliti dan bahkan bisa jadi tanpa mengeluarkan biaya apapun.

Nawawi dan Martini (1991) mendefinisikan bahwa observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala atau gejala-gejala dalam objek penelitian.

Observasi sebagai kegiatan ilmiah bertujuan untuk mendapatkan data atau informasi tentang suatu fenomena atau masalah sehingga diperoleh pemahaman terhadap permasalahan atau fenomena yang ditangkap.

Observasi bertujuan untuk mendeskripsikan setting yang dipelajari, aktivitas-aktivitas yang berjalan, pihak-pihak yang terlibat, dan arti atau makna dari kejadian yang terjadi berdasarkan sudut pandang pihak-pihak yang terlibat dalam kejadian amatan.

Kegiatan observasi ini meliputi pencatatan secara sistematis kejadian, perilaku, objek-objek yang dilihat dan hal-hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan. Tahap selanjutnya peneliti harus melakukan observasi yang terfokus, yaitu mulai menyempitkan data atau informasi yang diperlukan sehingga peneliti dapat menemukan pola-pola perilaku dan hubungan yang terus menerus terjadi (Jonathan, 2006 : 224).

Dalam penelitian ini penulis melakukan observasi partisipasi, dimana observasi partisipasi merupakan pengumpulan data terhadap objek pengamatan dengan langsung hidup bersama, merasakan serta berada dalam aktivitas kehidupan objek pengamatan.

3) **Dokumentasi**

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:135) mendefinisikan bahwa pengertian dokumentasi dari asal katanya dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, bisa berbentuk tulisan, foto, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Dokumentasi diperlukan dalam penelitian ini untuk memperbanyak data yang diperoleh dan sekaligus untuk bukti atas data penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan dalam pelaporan hasil penelitian nantinya.

1) **Teknik Analisis Data Penelitian**

Data yang telah diambil dalam bentuk angka dalam kuesioner ditabulasikan sesuai dengan kelompok-kelompok menurut kategori yang tercantum dalam operasional variabel. Kategori tersebut meliputi pembagian segmentasi wisatawan menurut geografi, demografi, dan psikografinya. Tabulasi dilakukan dengan menggunakan program excel dengan

analisis statistik sederhana berupa distribusi frekuensi, yaitu untuk mencari modus (angka yang sering keluar) dan sebaran pilihan lain responden. Modus menunjukkan kelompok pilihan terbanyak dari responden, sedangkan sebaran pilihan lainnya digunakan untuk mendeskripsikan kelompok jawaban responden di luar pilihan terbanyak.

Data dari hasil observasi diolah dengan metode interpretasi terhadap bukti dokumentasi berupa foto, video, brosur, dan pengamatan langsung oleh peneliti di lokasi penelitian.

PEMBAHASAN

Segmentasi Wisatawan di Taman Agro Wisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru

Segmentasi wisatawan dapat di bagi menjadi 3 pembagian yaitu berdasarkan geografi, berdasarkan demografi, dan berdasarkan psikografi. Pembagian berdasarkan geografi merupakan pembagian kelompok berdasarkan daerah asal, provinsi asal. Pembagian secara demografi merupakan pembagian berdasarkan jenis kelamin, usia, status pernikahan, jumlah keluarga inti, pendidikan terakhir, pekerjaan responden dan rata-rata pengeluaran perbulan. Dan pembagian berdasarkan psikografi yaitu pembagian berdasarkan dengan siapa berkunjung, harga tiket masuk ke objek, pandangan atau image terhadap suatu objek, transportasi yang di gunakan pengunjung, sumber informasi mengenai objek, tingkat rekomendasi terhadap suatu objek yang akan direkomendasikan kepada orang lain, tujuan utama yang dicari, fasilitas yang digunakan dan kegiatan apa saja yang dilakukan.

1. Geografi

Kelompok ini didominasi oleh wisatawan rata-rata yang berasal dari dalam kota pekanbaru. Pada umumnya wisatawan yang datang ke Taman

Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru bersama keluarga atau rombongan. Mayoritas bersama 4 anggota orang keluarga. Berdasarkan hasil wawancara peneliti mendapatkan informasi, ada terdapat beberapa wisatawan yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru dari luar Provinsi Riau yang di bawa oleh keluarganya yang berasal dari dalam Kota Pekanbaru.

Dan wisatawan yang berasal dari luar Kota Pekanbaru. Rata-rata berasal dari Kabupaten Kampar yang melakukan kegiatan acara seperti agro-edukasi oleh para siswa dari beberapa instansi sekolah.

2. Demografi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan responden yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya didominasi oleh kaum perempuan yang berusia 26-35 tahun yang memiliki status sudah menikah. Mayoritas responden ini menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas. Bekerja sebagai wiraswasta sebagian besar pedagang, berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya bersama anggota keluarga, rata-rata yang memiliki tujuan berkunjung untuk bersantai. Sedangkan responden yang menempuh pendidikan Sarjana rata-rata bekerja sebagai pegawai negeri sipil yang berprofesi sebagai guru berusia 36-45 tahun. Rata-rata pengeluaran perbulan sebesar Rp.3.000.000-4.000.000. Yang bertujuan berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya untuk melakukan program kegiatan agro-edukasi bersama para siswa dari beberapa instansi sekolah baik dari dalam maupun luar Kota Pekanbaru.

3. Psikografi

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, responden yang datang bersama keluarga. Biasanya kelompok ini menghabiskan waktu

bersama keluarga sehingga sering berwisata bersama keluarga dibandingkan sendirian. Wisatawan ini cukup tertarik untuk melakukan aktivitas-aktivitas atau kegiatan yang tersedia di Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru seperti memancing, panahan, memetik buah dan berbagai kegiatan lainnya. Sambil makan-makan bersama, foto bersama dan lain-lain.

Rata-rata wisatawan ini menggunakan berbagai macam fasilitas seperti restaurant terapung, gazebo, area parkir, kolam pancing, kebun buah, kebun sayur, toilet, kantin, mushola. Sumber informasi mengenai Taman Agrowisata Tenayan Raya diketahui oleh responden yang berasal dari kerabat (keluarga, saudara, rekan kerja).

Beberapa instansi sekolah yang berkunjung ke kawasan Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru biasanya bertujuan melakukan kegiatan agro-edukasi seperti ice breaking, panen sayur dan buah sesuai musim, belajar menanam padi di sawah, kegiatan acara berupa mini outbound, menangkap ikan lele, dan juga menanam bibit di polybag. Dari hasil pengamatan peneliti para siswa yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru rata-rata berjumlah lebih dari 50 orang lebih. Yang Masing-masing siswa biasanya di dampingi oleh wali murid.

Pengunjung Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru berpendapat jika tarif masuk yang diberlakukan di Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru sebesar Rp. 5.000 hari bisa dan Rp. 7.500 untuk hari libur adalah murah. Responden juga memandang baik citra atau image Taman Agrowisata Tenayan Raya dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk datang berwisata ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru. Responden sangat menjaga keadaan

atau lingkungan Taman Agrowisata Tenayan Raya dengan tidak merusak atau membuang sampah sembarangan dan tidak merusak tumbuh-tumbuhan. Responden yang datang ke Taman Agrowisata Tenayan Raya rata-rata menggunakan transportasi sepeda motor dan mobil pribadi.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Mayoritas responden yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru berasal dari dalam Kota Pekanbaru. Berkunjung dengan keluarga rata-rata memiliki 4 anggota keluarga dengan tujuan bersantai. Responden yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru didominasi oleh kaum perempuan yaitu sebesar 67%, berusia 26-35 tahun sebesar 39%, dan sudah menikah yaitu sebesar 83%. Responden yang datang ke Taman Agrowisata Tenayan Raya rata-rata bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebesar 40% dan pegawai negeri sipil sebanyak 28%. Yang memiliki total pengeluaran perbulan sebesar Rp.3.000.000-4.000.000, dengan pengeluaran Rp.3.000.000- 4.000.000 masuk ke dalam kategori kelas menengah. Dari hasil penelitian responden yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya telah memahami pendidikan rata-rata yang telah meluluskan sekolah menengah atas sebesar 59% dan yang memiliki gelar sarjana sebesar 38%.

Sumber informasi mengenai Taman Agrowisata Tenayan Raya diketahui oleh responden rata-rata berasal dari kerabat (keluarga atau saudara). Transportasi yang digunakan oleh responden yang berkunjung ke Taman Agrowisata Tenayan Raya berdasarkan hasil penelitian lebih senang menggunakan sepeda motor. Akses

jalan menuju Taman Agrowisata Tenayan Raya 100% responden menilai baik. Untuk harga tiket masuk ke kawasan Taman Agrowisata Tenayan Raya 100% responden menilai murah. Pandangan responden terhadap kawasan Taman Agrowisata Tenayan Raya sebesar 70% menilai baik dan responden tersebut bersedia merekomendasikan ke orang lain untuk berkunjung ke kawasan Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru.

2. Saran

Adapun saran yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Dari hasil pembagian kuesioner rata-rata wisatawan mengenal Taman Agrowisata Tenayan Raya berasal dari kerabat sebesar 81 persen. Sedangkan media cetak sebesar 4 persen, dan media internet sebesar 15 persen. Yang bertujuan agar masyarakat lebih mengetahui kawasan Taman Agrowisata baik dalam ataupun luar kota.

b. Agar lebih bisa menambah wawasan serta pengetahuan sesuai dengan program edukasi yang ditawarkan oleh pihak pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru.

c. Pihak pengelola kawasan Taman Agrowisata Tenayan Raya Pekanbaru harus tetap mempertahankan citranya di mata wisatawan dengan memberikan pelayanan yang baik pada para wisatawannya, mengingat Taman Agrowisata Tenayan Raya lebih mengutamakan program edukasi. Pihak pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya juga bisa meningkatkan pelayanannya dengan merawat bahkan menambah koleksi-koleksi tumbuhannya. Tenayan Raya juga dapat menyelenggarakan suatu pameran atau workshop mengenai pelajaran tentang tumbuhan dan tanaman-tanaman koleksi baru yang bermanfaat serta menarik

bagi masyarakat sekitar. Mengingat tujuan Taman Agrowisata berupaya meningkatkan pendidikan.

d. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengunjung Taman Agrowisata berkisar antara usia 26-35 tahun, sudah menikah merupakan usia produktif, biasanya responden ini datang berkunjung membawa anak balita atau anak-anak kecil untuk diajak bermain.

Alangkah baiknya pihak pengelola Taman Agrowisata Tenayan Raya menambahkan sarana bermain untuk anak. Dan juga pihak pengelola agar lebih memperhatikan atau meningkatkan tingkat keamanan untuk pengunjung anak-anak, guna untuk menambah kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, suharmisi. 2002. Metodologi Penelitian. Penerbit PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Adisasmita, H.R. 2010. Pembangunan dan Tata ruang. Graha ilmu. Yogyakarta.
- Bimo Walgito.1987. Psikologi Sosial. Yayasan Penerbit Fakultas UGM. Yogyakarta.
- Depertemen pertanian, 2005. Balai Besar Penelitian & Pengembangan Sumber daya Lahan Pertanian. Badan Penelitian dan Pengembangan Pertanian. Balai Penelitian Tanah. Depertemen pertanian. Jakarta.
- Depdikbud. 1975. Pedoman umum pembentukan istilah. Jakarta.
- Engel, Black well, dan Minard. 1994. Prilaku Konsumen. Penerbit Binarupa Aksara. Jakarta.
- Fandeli, C dan Mukhlison. 2000. Pengusahaan Ekowisata . UGM. Yogyakarta

- Kootler, Philip, 2002. Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium, Prehallindo. Jakarta.
- Kootler, Philip, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12, PT Indeks, New Jersey.
- Kasali, R. 2003. Manajemen Public Relations. Grafiti. Jakarta.
- Kasumaningrum, Dian, 2009. Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata. Yogyakarta.
- Marpaung, Happy. 2002. Pengantar Pariwisata. Alfabeta. Bandung.
- Nursanti. 2005. Atraksi Wisata. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Pitana, L Nyoman, S. 1999. Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana. Cetakan Ke 6 (Edisi Revisi). PT. Pradnya Pramita Ilmu. Jakarta.
- Rangkuti, F. 2002. Teknik Analisis Segmentasi dan Targetting dalam Marketing, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Sumarni dan Wahyuni, 2006. Metodologi Penelitian dan Bisnis. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2010. Metodologi Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Alfabeta. Bandung.
- Soekadijo. 2000. Anatomi Pariwisata. Gramedia. Jakarta.
- Suryadana, Liga M dan Octavia, Vanny. 2015. Pengantar Pemasaran Pariwisata. Alfabeta Bandung.
- Tirtawinata, Lisdiana Fachruddin. 1999 Daya Tarik Pengelolaan Agrowisata. PT. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Tamami, Ahmad Jihan. 2010. Segmentasi wisatawan Kebun Raya Bogor dengan Pendekatan Gaya Hidup AIO.
- Widi, Restu Kantiko. 2010. Asas Metodologi Penelitian. Graha Ilmu. Yogyakarta.
- W.S. Winkel. 1987. Psikologi pengajaran, Penerbit PT. Gramedia. Jakarta.
- Wijayanti, T. 2012. Marketing Plan dalam Bisnis, Elix Media Komputindo, Jakarta.
- www.agrowisatatenayanraya.com
- <http://travel.tribunnews.com>
- www.riaueditor.com
- www.arsitag.com
- <https://ahmadrimba.wordpress.com>
- <http://repository.ipb.ac.id>