

SEGMENTASI PENGUNJUNG OBJEK WISATA PULAU CINTA TELUK JERING KABUPATEN KAMPAR

Oleh : Selly Angriani

Pembimbing : Andri Sulistyani

Program Studi Usaha Perjalanan Wisata - Jurusan Ilmu Administrasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Tourism object Pulau Cinta is one of the attractions in Kampar Regency and is worth to developing. The reason researchers chose this attraction is because the number of visits continues to increase every year. Based on the increase in visits, it is necessary to segment or group visitors according to needs, characteristics and the same relationship. Can be adapted to existing market segments. This study tries to describe the segmentation of visitors on Pulau Cinta, Teluk Jering, Kampar Regency. Segmentation used is geographical segmentation, demographic segmentation, and psychographic segmentation. The method used by the author is a quantitative descriptive method with a sample of 100 respondents. Data collection techniques used were observation, interviews, questionnaires or questionnaires. The results of the study of visitors who came to Pulau Cinta Teluk Jering were 92% received from Riau Province, 82% were received from outside Kampar Regency which came from Pekanbaru City community. The majority of visitors are women and are unmarried. With the age of around 15-25 years who dominate students with an average income of under 1 million. Large family visitors who have a core population of 5 people with an average monthly 1,000,000-2,000,000. Some facilities are used such as parking lots, photo spots, eating places, mosques, and others. Activities of visitors taking pictures and going around the tourist area. 65% of them visit friends and colleagues with a refreshing purpose. They know information through social media and 61% visit using motorbikes and through bad roads. Entrance rates are cheap and will be sent to Pulau Cinta Teluk Jering to visit.

Keywords: *Segmentation, Visitors, Teluk Jering.*

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke atau tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya, pengertian menurut *World Tourism Organization*. Sedangkan menurut **Koen Mayers (2009)** Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah tetapi hanya untuk memenuhi rasa ingin

tahu, menghabiskan waktu libur atau waktu senggang dan tujuan-tujuan lainnya.

Pariwisata memberikan prospek yang baik terhadap pertumbuhan dan perkembangan kegiatan wisata yang menarik minat banyak wisatawan. Beragam aktivitas penunjang kegiatan wisata banyak diciptakan baik untuk kegiatan jenis (dalam ruangan) maupun outdoor (luar ruangan). Keduanya memiliki daya tarik sendiri bagi masing-masing kelompok wisatawan. Terlebih lagi, kegiatan atau aktivitas wisata semakin hari semakin dibutuhkan oleh masyarakat khususnya masyarakat wilayah

perkotaan yang bosan dengan kegiatan dan hiruk pikuk yang ada.

Indonesia memiliki banyak potensi dan sumber daya alam untuk dikembangkan menjadi objek wisata yang menarik. Dan sebagian sumber daya alam tersebut telah dimanfaatkan dan dikembangkan menjadi beberapa objek wisata yang sangat menarik. Mengingat daya tarik utama wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia adalah keindahan alam dan kekayaan seni budaya yang dimiliki, tidak heran kalau potensi ini menarik untuk digarap. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan sektor non-migas yang diharapkan memberi kontribusi cukup besar terhadap perekonomian. Oleh karena itu, sektor ini perlu diupayakan secara optimal. Kepariwisata telah menjadi salah satu penghasil devisa negara yang cukup potensial sejak II sampai pelita IV. Pada repelita V sub-sektor kepariwisataan dijadikan sebagai penunjang utama penghasil devisa negara kedua setelah migas. Sejalan dengan hal tersebut maka jelas pengelolaan terhadap sub-sektor pariwisata harus dilaksanakan secara optimal.

Salah satu faktor yang membuat seseorang melakukan kegiatan wisata adalah objek daya tarik wisata atau dapat diartikan sebagai atraksi wisata yang bersifat tangible maupun intangible yang memberikan kenikmatan kepada wisatawan. Setelah adanya sebuah potensi wisata yang mempunyai peluang untuk dijadikan sebagai daya tarik wisata maka untuk menjadikan sebuah produk wisata agar bisa dinikmati dan dikonsumsi oleh seseorang setelah melakukan perjalanan wisata.

Provinsi Riau terdiri dari **10 Kabupaten dan 2 Kota Madya**. Kabupaten Kampar merupakan salah satu kabupaten yang ada di Provinsi Riau. Kabupaten Kampar merupakan salah satu Kabupaten yang terdiri dari 21 Kecamatan. Objek wisata yang ada di Kabupaten Kampar yang menjadi daya tarik

wisatawan untuk melakukan aktivitas atau perjalanan wisata tersebut ada berupa wisata alam dan wisata budaya. Wisata alam dan wisata budaya yang ada di Kabupaten Kampar adalah daya tarik yang di anggap mampu menarik wisatawan untuk melakukan aktivitas wisata. Berikut ini adalah data objek wisata yang ada di Kabupaten Kampar, dilihat pada tabel 1:

Wisata alam di Kabupaten Kampar merupakan salah satu potensi wisata yang layak diperkenalkan bagi pengunjung yang akan melakukan aktivitas wisata ke Kabupaten Kampar. Karena setiap wilayah yang ada di Kabupaten Kampar memiliki wisata alam yang sangat potensial dan alami.

Penyebab atau alasan peneliti memilih objek wisata ini sebagai objek penelitian adalah pada awalnya peneliti mengikuti sebuah pelatihan pariwisata bersama **Kementerian Pariwisata** dan Dinas Pariwisata Provinsi Riau di Hotel Prime Park. Ketika Sambutan dan pembahasan di sampaikan oleh Kepala Dinas Pariwisata yaitu Bapak **Fahmizal Usman**, beliau menyampaikan bahwa jumlah kunjungan **Pulau Cinta Teluk Jering** ini merupakan paling banyak di Riau dan pendapatan daerah dari objek wisata itu paling besar sehingga mampu menyejahterakan masyarakat sekitar. Maka dengan berlatar belakang demikian, membuat peneliti sangat tertarik menjadikan Pulau Cinta Teluk Jering sebagai objek penelitian. Peneliti ingin mengetahui bagaimana segmen pasar yang ada, sehingga peneliti bisa menyarankan kepada pihak pengelola untuk membangun sarana dan prasarana sesuai segmen yang ada.

Nama Objek wisata alam tersebut adalah Pulau Cinta Teluk Jering atau yang lebih di kenal dengan nama Pantai Cinta atau Pulau Cinta terletak di desa Teluk Kenidai. Wisata ini sebenarnya tidak memiliki pantai ataupun pulau seperti namanya. Namun, tempat ini adalah sebuah tempat wisata yang memiliki pasir pantai.

Pulau Cinta Teluk jering bukan sebuah pantai Kuta seperti yang ada di Bali, tetapi aliran sungai Kampar yang disebut sebagai pantainya. Pantai cinta memiliki rumput yang hijau yang dapat menyegarkan mata dengan pemandangan yang sangat indah seperti pantai pada umumnya. Wisata ini mulai di kenal sejak bulan awal tahun 2017, hanya saja kunjungan masih belum banyak dan terbatas. Kemudian Pulau Cinta Teluk Jering dibuka secara umum setelah diresmikan oleh Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Riau pada awal Desember 2017.

Untuk memasuki objek wisata Pulau Cinta Teluk Jering tergolong murah dengan keindahan pemandangan yang sangat apik dan indah. Untuk saat ini tiket masuk ke wisata Pulau Cinta Teluk Jering ini anda hanya membayar uang parkir aja yaitu untuk roda dua sebesar 2000 dan 5000 rupiah untuk kendaraan roda empat. Tiket ini belum termasuk dengan tiket bermain dan menaiki wahana yang ada di dalam wisata Pulau Cinta Teluk Jering ini. Hanya saja di sekitar objek wisata ini belum ada akomodasi hotel terdekat.

Berikut ini adalah data kunjungan wisatawan ke Pulau Cinta Teluk Jering dari tahun 2017-2018 dapat dilihat pada tabel 2:

Tabel 2.
Jumlah Pengunjung
Obyek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering

Bulan	Jumlah Pengunjung Per Tahun	
	2017	2018
Januari	3.268	20.255
Februari	1.924	14.862
Maret	1.736	14.657
April	1.805	12.424
Mei	1.961	7.820
Juni	3.062	30.882
Juli	3.043	17.848
Agustus	4.157	55.950
September	4.672	16.848
Oktober	6.130	12.034
November	8.142	-
Desember	9.313	37.102
Total	49.213	240.682

(Sumber : Pengelola Objek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering)

Banyaknya pengunjung atau wisatawan Pulau Cinta Teluk Jering dari berbagai kalangan dan latar belakang ini memicu penelitian mengenai segmentasi wisatawan perlu dilakukan dan dikembangkan. Dengan mengetahui segmentasi wisatawan yang ada, diharapkan pihak pengelola Pulau Cinta Teluk Jering mampu mengidentifikasi segmen pasar yang terbentuk pada pasar pariwisata Pulau Cinta Teluk Jering mampu melayani wisatawan dengan lebih baik untuk mengenali perbedaan pengunjung. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: **“Segmentasi Pengunjung Objek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering Kabupaten Kampar”**.

1.2. Rumusan Masalah

Dengan bertitik tolak dari latar belakang maka yang menjadi permasalahan yang hendak diangkat oleh peneliti dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah segmentasi pengunjung yang datang ke objek wisata Pulau Cinta Teluk Jering ?”.

1.3. Batasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dijelaskan sebelumnya dan agar focus pada topik penelitian maka penulis membatasi pembahasan dan permasalahan hanya pada “Segmentasi Pengunjung Objek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering Kabupaten Kampar”.

1.4. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah “Menjabarkan Segmentasi Pengunjung Obyek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering”.

1.5. Manfaat penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk:

1. Bagi pengelola, Memberikan informasi dan rekomendasi kepada pengelola Pulau Cinta Teluk Jering terkait untuk penentuan Segmentasi

Pengunjung Pulau Cinta Teluk Jering ke depannya. Sehingga pengelola bisa membangun sarana dan prasarana sesuai dengan kebutuhan segmen pasar yang telah di teliti.

2. Bagi pihak lain, Bagi yang ingin melakukan penelitian dengan topik yang sama, dapat menjadi referensi dalam melakukan penelitiannya, baik dalam memperluas topik pembahasan maupun dalam pembahasan
3. Sebagai pengaplikasian dari ilmu-ilmu yang telah diterima selama masa perkuliahan dengan kenyataan kegiatan pariwisata.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Umum Pariwisata

Dalam **Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009**, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata, dengan demikian pariwisata meliputi:

1. Semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata.
2. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata seperti: kawasan wisata, Taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah, museum, pagelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat atau yang bersifat alamiah: keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai.
3. Pengusahaan jasa dan sarana pariwisata yaitu: usaha jasa pariwisata (biro perjalanan wisata, agen perjalanan wisata, konvensi, perjalanan insentif dan pameran, konsultan pariwisata, informasi pariwisata). Usaha sarana pariwisata yang terdiri dari akomodasi, rumah makan, bar, angkutan wisata.

Suwantoro (2004) mengemukakan berpariwisata adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena

kepentingan ekonomi, social, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar.

2.2. Segmentasi Pasar

Menurut Pasar yang besar mempunyai berbagai jenis pembeli. Setiap pembeli pada umumnya memiliki motif dan perilaku yang berbeda satu dengan yang lain. Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen dengan apa yang diinginkan oleh para konsumen, perusahaan sangat memerlukan proses pengelompokan konsumen atau pembeli sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Kelompok konsumen atau pembeli tersebut disebut segmen pasar, sedangkan usaha untuk mengelompokkannya disebut sebagai segmentasi pasar.

Menurut **Kotler dan Armstrong (2012)** segmentasi pasar ialah pembagian sebuah pasar menjadi beberapa kelompok pembeli yang berbeda. Tujuan dilakukannya segmentasi pasar adalah membagi pasar yang heterogen menjadi kelompok pasar yang homogen. Dimana setiap kelompok bisa menjadi target untuk memasarkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan karakteristik pembeli atau konsumen.

Menurut **Sudaryono (2016)** Pasar memiliki banyak pembeli dan pembeli berbeda dalam banyak hal, baik dalam motif, perilaku, maupun kebiasaan pembelian. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa pasar suatu produk tidak homogen, tetapi heterogen. Segmentasi merupakan pengelompokan pembeli dalam suatu pasar yang memiliki kebutuhandan tingkah laku yang sama. Menurut **Kartajaya** dalam

Sudaryono (2016:241), segmentasi berarti melihat pasar secara kreatif. Segmentasi merupakan seni mengidentifikasi serta memanfaatkan berbagai peluang yang muncul di pasar adalah suatu strategi untuk memahami struktur pasar.

Kegiatan segmentasi pasar dilakukan melalui beberapa tahapan dengan maksud agar apa benar-benar mencapai sasaran. Dalam penetapan segmentasi pasar ada beberapa hal yang menjadi dasar, yaitu :

1. Segmentasi Geografis

Membagi segmen pasara secara geografis berarti mengelompokkan konsumen berdasarkan tempat, lokasi, dan daerah. Dengan demikian segmentasinya dapat dikembangkan menjadi beberapa bagian seperti:

- a. Wilayah. Dalam hal ini dapat berbentuk negara, negara bagian, pulau, seperti Jawa, Kalimantan, Sulawesi, Irian Jaya, dan lain-lain.
- b. Daerah kepadatan penduduk. Dalam hal ini segmentasi dilihat dari kepadatan penduduk, misalnya Jakarta, Semarang, Surabaya, dan kota besar lainnya.
- c. Iklim. Dalam hal ini segmentasi pasar didasarkan atas iklim, misalnya daerah tropis, subtropis, sedang atau dingin.

2. Segmentasi Demografi

Segmentasi pasar demografis membagi pasar menjadi kelompok berdasarkan variabel seperti jenis kelamin, umur, status perkawinan, jumlah keluarga, umur anak, pendapatan, jabatan, lokasi geografis, mobilitas, kepemilikan rumah, pendidikan, agama, ras atau kebangsaan. Faktor-faktor demografi ini merupakan dasar paling populer untuk membuat

segmen kelompok konsumen. Alasan utamanya, yakni kebutuhan dan keinginan konsumen mudah diukur. Bahkan kalau segmen pasar mula-mula ditentukan menggunakan dasar lain, maka karakteristik demografinya harus diketahui untuk mengetahui besarnya pasar sasaran dan untuk menjangkau pasar secara efisien. **(Oentoro 2012 dikutip dari Sudaryono 2016:246).**

3. Segmentasi Psikografi

Segmentasi psikografik membagi pembeli menjadi kelompok berbeda berdasarkan karakteristik kelas sosial, gaya hidup atau kepribadian. dalam kelompok demografik, orang yang berbeda dapat mempunyai ciri psikografik yang berbeda sebagaimana berikut ini .

- a. Kelas Sosial.
- b. Gaya Hidup.
- c. Kepribadian.

Menurut **Kotler dan Andreasen (1995)** Pasar terdiri dari pembeli, dan pembeli berbeda antara yang satu dengan yang lainnya. Mereka dapat berbeda-beda dalam selera, sumber daya, lokasi geografis, kebiasaan pembelian, cara-cara pembelian, dan lain-lain. Variabel-variabel ini dapat digunakan untuk segmentasi pasar.

Variabel-variabel yang telah digunakan untuk mensegmentasi pasar tertentu berbeda-beda sesuai dengan pilihannya untuk menggambarkan perbedaan-perbedaan tingkat respon maupun keterjangkauan. Frank, Massy dan Wind telah mengembangkan matriks dua-kali-dua yang merupakan cara untuk mengkategorikan pendekatan-pendekatan segmentasi yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan ini. Penulis-penulis ini menyatakan terdapat dua cara

penting yang berbeda dalam variabel segmentasi yaitu (1) secara obyektif atau inferensi dan (2)

secara umum atau secara spesifik. Pengukuran yang obyektif adalah pengukuran yang hanya bisa dilakukan oleh seorang pengamat yang independen sebagai contoh, indikator-indikator status seperti umur, penghasilan, jenis kelamin, dan lain sebagainya. Pengukuran berdasarkan inferensi merupakan keadaan mental yang khas untuk tiap responden. mencakup faktor-faktor kognitif seperti persepsi, kepercayaan, kepentingan yang berkaitan dengan konsekuensi pertukaran dan seterusnya. Dalam beberapa hal, pemasar lebih memilih menggunakan pengukuran obyektif daripada yang subyektif sebagai dasar-dasar segmentasi. Berikut adalah pengukuran obyektif umum yang paling sering dipakai:

1. Segmentasi Geografis

Di dalam segmentasi geografis, pasar dibagi menjadi kesatuan geografis, seperti negara, negara bagian, provinsi, kota, atau daerah, dengan berdasarkan pengertian bahwa kebutuhan atau respon konsumen berbeda secara geografis.

2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis pasar dibagi menjadi berbagai kelompok berdasarkan variabel-variabel demografis seperti umur, jenis kelamin, besarnya keluarga, siklus hidup keluarga, pendapatan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, dan kebangsaan. Variabel-variabel demografi telah lama digunakan dan merupakan cara paling sering untuk menentukan kelompok-kelompok konsumen. salah satu sebab yaitu apa yang diinginkan, disukai, dan tingkat penggunaan konsumen sering dihubungkan dengan variabel-variabel demografis. Selain itu variabel demografis lebih mudah

diukur daripada variabel umum lainnya.

2.3. Konsep Pengunjung

Menurut Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung disuatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk didalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan.

Menurut International Union of Official Travel Organization (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Pengunjung digolongkan dalam dua kategori, yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*)

Pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut:

- a. Pesiar (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
- b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.

2. Pelancong (*excursionist*)

Pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Dari beberapa pengertian tersebut, dalam penelitian ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata yang dalam hal ini adalah objek wisata Pulau Cinta Teluk Jering sebagai lokasi penelitian.

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan ke dalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata Smith (1989). Dalam hal ini karakteristik

pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu melihat keterkaitan dengan persepsi pengunjung.

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

Sedangkan pola kunjungan responden merupakan alasan utama perjalanan adalah motif atau tujuan utama dilakukannya perjalanan tersebut meliputi:

1. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.
2. Frekuensi kunjungan adalah banyaknya kunjungan ke objek wisata yang pernah dilakukan oleh responden.
3. Teman perjalanan adalah orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
4. Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihasilkan responden selama berada di objek wisata.
5. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan perjalanan wisata.

2.4. Definisi Objek Wisata

Objek wisata adalah suatu tempat yang menjadi kunjungan wisatawan karena mempunyai sumber daya tarik, baik alamiah maupun buatan manusia keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monument-monument, 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 yang daya tariknya bersumber pada keindahan sumber daya alam dan tata lingkungannya.

2.5. Definisi Wisata Alam

Wisata dalam bahasa Inggris disebut *tour* yang secara etimologi berasal dari kata *torah* (Ibrani) yang berarti belajar, *tornus* (bahasa Latin) yang berarti alat untuk membuat lingkaran, dan dalam bahasa Perancis kuno disebut *tour* yang berarti mengelilingi sirkuit. Pada umumnya orang memberi padanan kata wisata dengan rekreasi, wisata adalah sebuah perjalanan, namun tidak semua perjalanan dapat dikatakan wisata (Suyitno, 2001).

Menurut Fandeli (2001), wisata adalah perjalanan atau sebagai dari kegiatan tersebut dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata.

Wisata memiliki karakteristik - karakteristik antara lain :

1. Bersifat sementara, bahwa dalam jangka waktu pendek pelaku wisata akan kembali ke tempat asalnya.
2. Melibatkan komponen - komponen wisata, misalnya sarana transportasi, akomodasi, restoran, objek wisata, toko cinderamata dan lain-lain.
3. Umumnya dilakukan dengan mengunjungi objek wisata dan atraksi wisata.
4. Memiliki tujuan tertentu yang intinya untuk mendapatkan kesenangan.
5. Tidak untuk mencari nafkah ditempat tujuan, bahkan keberadaannya dapat memberikan kontribusi pendapatan bagi masyarakat atau daerah yang dikunjungi (Suyitno, 2001).

Wisata alam adalah bentuk kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi sumberdaya alam, baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya, sehingga memungkinkan wisatawan memperoleh kesegaran jasmaniah dan rohaniyah, mendapatkan

pengetahuan dan pengalaman serta menumbuhkan inspirasi dan cinta terhadap alam (Anonymous, 1982 dalam Saragih, 1993).

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini, penulis bermaksud untuk memperoleh gambaran yang mendalam tentang segmentasi pengunjung yang datang ke Pulau Cinta Teluk Jering Kampar. Sehingga penelitian ini di 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 interpretasi yang rasional dan akurat (Nawawi, 2009). Dan menurut Wardiyanta (2010) 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/kuisisioner yang telah dikumpulkan, kemudian di analisa 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). Dengan demikian penelitian ini menggambarkan objek berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dan dilakukan analisis dari data yang diperoleh.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Objek Wisata Pulau Cinta Teluk Jering yang beralamatkan di Dusun III Teluk Jering, Desa Teluk Kenidai, Kecamatan Tambang, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

3.3. Waktu Penelitian

Penulis melakukan penelitian dengan target penelitian di mulai dari bulan Maret sampai dengan Mei 2019.

3.4. Populasi dan Sample

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005). Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang telah atau sedang berkunjung ke Pulau Cinta Teluk Jering Kabupaten Kampar.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin dapat mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang digunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang

dipelajari dari populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2015).

3.5. Jenis dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer diperoleh peneliti untuk menjawab pertanyaan peneliti. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data primer dengan metodesurvei yaitu dengan wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang secara tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data sekunder dalam penelitian ini berasal dari buku, jurnal, data dalam bentuk jadi yang dimiliki oleh Dinas Pariwisata Provinsi Riau yang digunakan sebagai pelengkap didalam pelaksanaan penelitian. Data ini berbentuk arsip ataupun dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara

Teknik ini adalah cara mengumpulkan data melalui kontak atau hubungan pribadi antara pengumpul data dengan sumber data yang disebut responden (Nawawi, 2001). Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian seperti film dan foto dokumenter serta berkas-berkas

pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian. Menurut Nasution (2003), dokumentasi adalah mengumpulkan data dengan cara mengambil data-data dari catatan, administrasi yang sesuai dengan masalah yang diteliti. Teknik pengumpulan data ini berkaitan dengan pengambilan mengenai objek dan subjek penelitian dengan melakukan dokumentasi gambar.

c. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (1986) observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan pengamatan langsung di Pulau Cinta Teluk Jering, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau.

d. Angket/kuisisioner

Angket merupakan suatu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanyaan yang diajukan pada responden untuk mendapatkan jawaban (Depdikbud, 1975).

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan tertulis secara lengkap tentang masalah yang akan dibahas, mengenai segmentasi pengunjung pada objek wisata Pulau Cinta Teluk Jering.

3.7. Teknik Analisis dan Penelitian

Data yang telah diambil dalam bentuk angka dalam kuisisioner 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.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Kabupaten Kampar

Kabupaten Kampar pertama kali berdiri masuk ke dalam wilayah dalam Provinsi Sumatra Tengah, dibentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 12 tahun 1956 dengan ibu kota Bangkinang.

Masuk menjadi wilayah Provinsi Riau, berdasarkan Undang-undang Darurat Nomor 19 Tahun 1957 dan dikukuhkan oleh Undang-Undang Nomor 61 Tahun 1958. Kemudian untuk perkembangan Kota Pekanbaru, Pemerintah daerah Kampar menyetujui untuk menyerahkan sebagian dari wilayahnya untuk keperluan perluasan wilayah Kota Pekanbaru, yang kemudian ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 1987.

4.2. Visi dan Misi

4.2.1. Visi :

Menjadikan Teluk Jering sebagai objek wisata alam berbasis ekonomi kerakyatan.

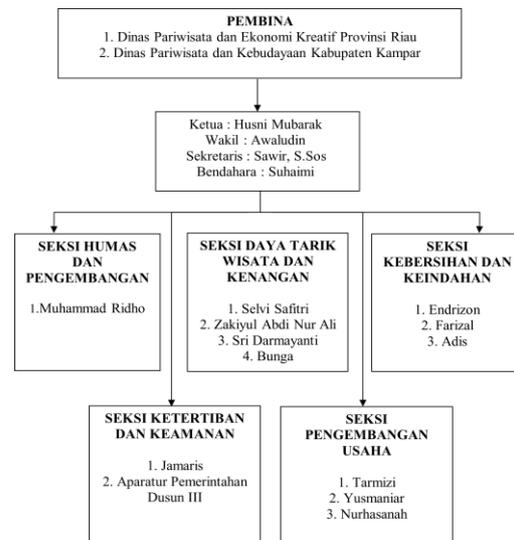
4.2.2. Misi :

- a. Meningkatkan keterampilan dan kreativitas masyarakat
- b. Melakukan pembinaan dan pemberdayaan berbasis kearifan lokal
- c. Menanamkan nilai-nilai keagamaan kepada masyarakat.

4.3. Struktur Organisasi.

Untuk kelancaran jalannya suatu kegiatan di perlukan beberapa bagian yang mempunyai tugas, wewenang dan tanggung jawab yang berbeda namun saling berkaitan. Karena itu sangat diperlukan struktur

organisasi yang berfungsi untuk memperjelas tugas tiap bagian.



4.3. Segmentasi Pengunjung.

4.3.1 Secara Geografis

Kelompok ini didominasi oleh pengunjung yang mayoritas berasal dari luar kabupaten kampar dan berasal dari Provinsi Riau.

4.3.2. Secara Demografis

Responden yang berkunjung ke pulau cinta teluk jering bersama teman atau sahabat didominasi oleh kaum perempuan berusia 15-25 tahun yang memiliki status belum menikah. Mayoritas responden ini memiliki pendidikan sarjana. Rata rata berkunjung untuk melakukan refreshing. Mayoritas responden masih belum memiliki pekerjaan dan sedang menempuh pendidikan sarjana dengan pendapatan dibawah satu juta rupiah. Paling banyak pengunjung pulau cinta teluk jering berkunjung bersama dengan sahabat atau teman dekat. Berdasarkan hasil wawancara peneliti mendapatkan informasi, dimana ada beberapa pengunjung yang berkunjung ke pulau cinta teluk jering bersama dengan teman dekat dan teman komunitas.

4.3.3. Secara Psikografi

Berdasarkan hasil pendekatan gaya hidup (AIO) responden terbagi menjadi 3 yaitu aktifitas, minat dan opini. Pengunjung ini banyak melakukan aktifitas berfoto disetiap spot, dimana setiap pengunjung melakukan eksistensi diri dengan menggunakan fasilitas tempat foto. Rata rata responden memandang citra pulau cinta teluk jering baik. Sumber informasi yang mereka dapatkan yang pertama yaitu melalui media sosial, lalu dari kerabat atau teman dekat. Setiap orang yang berkunjung ke pulau cinta teluk jering bertujuan melakukan refreshing, bermain, *family gatering*, Kemah dan mancing.

Pengunjung pulau cinta teluk jering berpendapat jika tarif masuk yang di berlakukan sebesar RP 2000 untuk motor, dan Rp 5000 untuk mobil adalah murah. Responden juga memandang baik citra atau image pulau cinta teluk jering adalah baik dan bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk datang berkunjung ke pulau cinta teluk jering. Responden yang datang rata rata menggunakan transportasi sepeda motor dan mobil pribadi.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1. Berdasarkan Segmentasi Geografis

Berdasarkan pembahasan dapat disimpulkan bahwa pengunjung yang datang ke Pulau Cinta Teluk Jering 92% berasal dari Provinsi Riau, 82% berasal dari luar Kabupaten Kampar yang di dominasi dari masyarakat Kota Pekanbaru. Berdasarkan Segmentasi Geografi dapat disimpulkan bahwasanya pengunjung Pulau Cinta Teluk Jering masih di dominasi oleh masyarakat Riau khususnya kota Pekanbaru. Hal ini menunjukkan besarnya antusias masyarakat sekitar daerah objek wisata Pulau Cinta terhadap pariwisata Riau.

5.1.2. Berdasarkan Segmentasi Demografi

Berdasarkan segmentasi demografis menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung yang datang ada 2 segmen, yaitu :

- Pengunjung adalah wanita dan berstatus belum menikah. Dengan usia sekitar 15-25 tahun yang di dominasi seorang pelajar/mahasiswa dengan rata-rata pendapatan dibawah 1 juta, karena sebagian besar pendapatan mereka masih berasal dari sumber penghasilan orang tua.
- Pengunjung yang berkeluarga besar yang memiliki kerluarga inti 5 orang dengan rata-rata pengeluaran perbulan 1.000.000 – 2.000.000.

5.1.3. Berdasarkan Segmentasi Psikografi

- Berdasarkan Dimensi Aktivitas

Hampir seluruh fasilitas yang ada digunakan oleh para pengunjung, seperti tempat parkir, tempat foto, tempat makan, masjid, dan lainnya. Kegiatan pengunjung di dominasi oleh kegiatan berfoto dan berkuliner di sekitar area objek wisata. 65% dari mereka berkunjung dengan teman dan rekan. Transportasi yang merekagunakan 61% menggunakan sepeda motor, mengingat jarak tempuh yang dekat dari kota Pekanbaru.

- Berdasarkan Dimensi Minat

Tujuan para pengunjung datang ke Pulau Cinta, tidak lain adalah untuk melakukan refreshing.

- Berdasarkan Dimensi Opini

Sebagian besar pengunjung mengetahui informasi mengenai objek wisata Pulau Cinta ini melalui media sosial dan mereka berpendapat bahwa tarif masuk ke Pulau Cinta Teluk Jering tergolong murah. Yang menjadi keluhan adalah akses jalan menuju objek wisata sangat buruk, namun hal ini tidak mengurangi pandangan atau image masyarakat terkait objek wisata tersebut, karena kebanyakan masyarakat merekomendasikan objek pariwisata ini ke saudara, teman atau keluarga.

5.2. Saran

Adapun saran yang terkait dengan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian disebutkan bahwa responden menilai akses jalan menuju Pulau Cinta kurang baik, maka diharapkan kepada pengelola dan pihak Pemerintah Kabupaten bisa memperbaiki kondisi jalan supaya para pengunjung bisa nyaman dan aman dalam perjalanan menuju Pulau Cinta Teluk Jering. Pulau Cinta ini termasuk objek wisata nomor satu kunjungan terbanyak di Riau, sangat disayangkan apabila akses jalan menuju ke objek ternilai kurang baik.
- b. Selama peneliti melakukan pengamatan di Pulau Cinta Teluk Jering masih banyak pengunjung yang kurang kesadaran dalam menjaga lingkungan, masih banyak para pengunjung yang membuang sampah sembarangan. Sehingga membuat lingkungan sekitar objek menjadi tercemar. Saran peneliti untuk para pengunjung supaya ditingkatkan kesadaran menjaga kebersihan lingkungan dengan tidak membuang sampah sembarangan. dan untuk pihak pengelola untuk membuat aturan yang tegas bagi pengunjung yang melakukan pencemaran lingkungan.
- c. Kepada pihak pengelola supaya tetap menjaga citra Pulau Cinta sebagai Objek Wisata yang hemat berbasis halal dan ramah, dengan selalu mengingatkan pengunjung untuk tetap sholat sekalipun sedang berwisata.
- d. Berdasarkan hasil penelitian disebutkan bahwa kegiatan yang dilakukan mayoritas berfoto dan fasilitas yang digunakan rata-rata spot foto maka alangkah baiknya engelola mengaktifkan kembali media sosial untuk merepost serta menggunakan hashtag supaya promosi objek wisata Pulau Cinta Teluk Jering ini mendunia. Sehingga bisa menjangkau wisatawan/pengunjung luar kota maupun luar negeri.
- e. Guna meningkatkan jumlah kunjungan serta antusiasme masyarakat, disarankan

kepada pihak pengelola untuk membangun spot-spot foto terbaru dan membangun wahana yang berbasis edukasi serta mengikuti trend. sehingga tidak membuat para pengunjung jenuh, bahkan pengunjung yang sudah datang ingin datang kembali ke Pulau Cinta Teluk Jering.

Daftar Pustaka

- Adisasmita,R. 2010. *Pembangunan Kawasan dan Tata Ruang*. Yogyakarta.Graha Ilmu.
- A.J, Muljadi. 2009. *Kepariwisata dan perjalanan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Andreasen, Kotler. 1995. *Strategi Pemasaran untuk Organisasi Nirlaba*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press,
- Damanik, Janianton & Weber , Helnut F. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta.
- Depdikbud. 1975. *Pedoman Umum Pembentukan Istilah*. Jakarta.
- Fandeli, C dan Mukhlisin. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*.Yogyakarta. UGM.
- Fandeli,C. 2001. *Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam*.Yogyakarta. Liberty
- Foster, Dennis L. 2000. *First Class An Intoduction To Travel And Tourism*. Second Edition. Jakarta. Raja Grafindo Persada
- Hadi, Sutrisno. 1986. *Metodologi Research*. Yogyakarta.
- Kasali, Rhenaldi. 2001. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentation, Targeting and Positioning*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga
- Meyers, Koen. 2009. *Pengertian Pariwisata*. Jakarta. Unesco Office.
- Nasution. 2003. *Metode Research*. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Nawawi, Hadari. 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press.

Pendit, Nyoman S.2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Sederhana*. Jakarta. Pradnya Paramitha

Philip, Kotler. 2002. *Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium, Jilid 2*. Jakarta.PT Prenhallindo.

Rai Utama, IG. Bagus dan Eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta. CV Andi Offset.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi Mix Methods*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.

Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian*. Bandung. Alfabeta.

Sumarni, dan Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian dan Bisnis*. Yogyakarta. Penerbit Andi

Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi Yogyakarta.

Suyitno. 2001. *Perencanaan Wisata*. Yogyakarta. Kanisius.

Wardiyanta. 2010. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta. Penerbit Andi

Jurnal :

Ihsan, M. Ikhwanul. 2018. *Segmentasi Wisatawan Taman Agrowisata Tenayan Raya Kota Pekanbaru Provinsi Riau*. Universitas Riau.

Tamami, Ahmad Jihan. 2010. *Segmentasi Wisatawan Kebun Raya Bogor dengan Pendekatan Gaya Hidup AIO*. IPB.

Situs Web

<http://bilikdestinasi.pariwisata.riau.go.id/odtw>

Kamparkab.go.id

Undang-Undang / Peraturan Pemerintah

Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan