

**SEGMENTASI WISATAWAN DI DESA WISATA BATULAYANG
KABUPATEN BOGOR PROVINSI JAWA BARAT**

Oleh : Dela Salsadila

Pembimbing: Rd. Siti Sofro Sidiq

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

Batulayang Tourism Village is a destination that attracts the attention of tourists with its unique nature and cultural heritage. In the face of increasingly fierce competition in the tourism industry, a deep understanding of tourist behavior and preferences is needed. This study aims to detail the various segments of tourists who visit Batulayang Tourism Village, with a deeper understanding this is expected to produce recommendations to improve the competitiveness and attractiveness of Batulayang Tourism Village, This study uses quantitative methods with cross-tabulation and chi-square analysis techniques. The findings of this study provide deep insight into the profile and preferences of tourists visiting Batulayang Tourism Village.

Keywords: Segmentation, Tourism Village

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Pariwisata saat ini semakin menunjukkan perkembangan yang bervariasi dan terus memiliki tren baru dalam beberapa waktu belakangan ini. Salah satu bentuk pariwisata alternatif adalah wisata di desa. Pariwisata ini mengusung konsep interaksi antara alam, budaya, dan masyarakat lokal. Desa Wisata Batulayang menjadi destinasi yang menarik perhatian para wisatawan dengan keunikan alam dan warisan budayanya. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat dalam industri pariwisata, diperlukan pemahaman yang mendalam terkait perilaku dan preferensi wisatawan.

1.2. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Mendeskripsikan profil, karakteristik dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Batulayang
- 2) Menganalisis segmentasi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Batulayang

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Pemasaran

Pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu dan organisasi (Sunanto, 2004).

2.2. Segmentasi

Menurut (Khotler dan Armstrong, 2008) segmentasi pasar adalah proses memilah konsumen sesuai dengan ketentuan tertentu yang telah ditentukan oleh perusahaan untuk memasarkan produknya sesuai dengan keinginan konsumen.

2.1.1. Kriteria Segmentasi

Menurut (Sudaryono, 2016) merumuskan dasa-dasar untuk membuat segmentasi pasar adalah sebagai berikut:

- 1) Segmentasi Geografis, membagi konsumen menjadi beberapa segmen yang berbeda-beda seperti negara, provinsi, kota, iklim, kawasan pemukiman atau lingkungan sekitar.
- 2) Segmentasi Demografis, membagi konsumen menjadi beberapa segmen berdasarkan usia, ukuran keluarga, siklus kehidupan keluarga, jenis kelamin, pengasilan, pekerjaan, pendidikan, pekerjaan, kelas sosial, dan juga agama
- 3) Segmentasi Psikografis, membagi konsumen menjadi beberapa segmen berdasarkan gaya hidup, kelas sosial dan kepribadian konsumen. Variabel dalam segmentasi ini adalah status pemakaian, status kesetiaan, tingkat pemakaian dan juga sikap terhadap produk.

2.3. Profil Wisatawan

Wisatawan adalah orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara yang terdiri dari banyak orang dengan tujuan yang berbeda-beda (Yoeti, 1996).

Jenis-jenis wisatawan dapat di kategorikan sebagai berikut:

- 1) Wisatawan (tourist), yaitu pengunjung sementara yang paling sedikit tinggal selama 24 jam di negara yang dikunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat di golongkan dalam klasifikasi berikut ini : a. Pesiar (leisure), rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, dan olahraga.

- b. Hubungan dagang (business), keluarga, konperensi, dan missi.
- 2) Pelancong (exursionist) yaitu pengunjung sementara yang tinggal kurang dari 24 jam di negara yang di kunjunginnya (termasuk pelancong dengan kapal pesiar).

Menurut (Kotler dan Keller, 2013) karakteristik wisatawan dikelompokan sebagai berikut :

- 1) Karakter Wisatawan Berdasarkan Kepribadian
Kepribadian wisatawan di bagi berdasarkan sifatnya, seperti wisatawan berkepribadian teguh yang memilih daerah wisata yang sudah dikenal dan memiliki jiwa petualang dan menuntut fasilitas yang memadai, tetapi cenderung tidak melakukan lintas budaya dan wisatawan in berpendapatan rendah, ada juga jenis wisatawan yang senang mencari perbedaan budaya dan lingkungan, wisatawan ini memiliki jiwa petualang dan senang berinteraksi dengan budaya baru, sedikit sekali dalam memanfaatkan fasilitas wisata dan menikmati tinggal dengan masyarakat sekitar, wisatawan ini termasuk wisatawan dalam golongan wisatwan berpendapatan tinggi atau berani.
- 2) Karakter Wisatawan Berdasarkan Aspek Sosio-ekonomi
Klasifikasi wisatawan dalam hal ini di bagi berdasarkan: a) Usia, b) Latar belakang pendidikan, c) Pendapatan, d) Jenis Kelamin.
- 3) Karakteristik Wisatawan Berdasarkan Aspek Geografi
Wisatawan di bedakan berdasarkan geografi atau

wilayah asal kedatangan. Di mana daerah asal wisatawan menjadi aspek penting dalam memahami karakter wisatawan yang secara langsung berkaitan dengan kebudayaan, nilai, sikap, kepercayaan, dan sistem.

- 4) Karakter Wisatawan Berdasarkan Pola Kunjungan
Karakteristik wisatawan dibedakan berdasarkan manfaat perjalanan, tujuan kunjungan, fasilitas, yang di gunakan, kematangan perjalanan, tingkat loyalitas, dan tingkat penggunaan, hal ini berpengaruh dalam motif atau tujuan utama di lakukannya perjalanan tersebut dan bagaimana perjalanan tersebut dapat bermanfaat bagi wisatawan tersebut.

2.4. Preferensi Wisatawan

Menurut Shanton 1996 adapun faktor-faktor yang sering kali mempengaruhi pilihan (preferensi) di kalangan konsumen dalam memilih adalah sebagai berikut:

- 1) Kenyamanan Di Lokasi
- 2) Pelayanan Yang Diberikan
- 3) Kemudahan Aksesibilitas
- 4) Kelengkapan Fasilitas
- 5) Suasana Yang Menarik (Atraksi)

3. Metodologi Penelitian

3.1. Desain Penelitian

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang mempelajari profil dan preferensi wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Batulayang untuk mendapatkan gambaran mengenai segmentasi wisatawan.

3.2. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan pada Desa Wisata Batulayang

Kabupaten Bogor Provinsi Jawa Barat, terletak di Kampung Pasir Manggis, Desa Batulayang, Kecamatan Cisarua, Kabupaten Bogor. Pemilihan lokasi ini ditetapkan berdasarkan adanya hambatan dalam memasarkan produk wisata pada desa wisata tersebut, sehingga peneliti memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian. Penelitian ini dilaksanakan selama dua bulan yaitu bulan Oktober sampai dengan bulan November 2023.

2.5. Desa Wisata

Desa Wisata merupakan salah satu konsep dalam pengembangan industri pariwisata pada suatu daerah. Desa wisata diartikan sebagai suatu konsep pengembangan kawasan pedesaan yang menyajikan keaslian dari aspek adat istiadat, sosial budaya, arsitektur tradisional, keseharian, serta struktur tata ruang desa yang ditawarkan dalam komponen pariwisata yang terpadu, yakni antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung (Darsono, 2005).

Mengutip pernyataan (Hadjiwijoyo, 2012) desa wisata memiliki kriteria sebagai berikut.

- 1) Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
- 2) Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata.
- 3) Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.

- 4) Keamanan di desa tersebut terjamin.
- 5) Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
- 6) Beriklim sejuk atau dingin.
- 7) Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

3.3. Jenis dan Sumber Data

1) Data Primer

Menurut (Danang, 2013) data primer adalah data asli yang dikumpulkan oleh penelitian untuk menjawab pertanyaan pada rumusan masalah yang ada pada penelitian. Dalam penelitian ini, data primer didapatkan bersumber dari pengunjung Desa Wisata Batulayang.

2) Data Sekunder

Menurut (Sugiyono, 2016) data sekunder adalah data yang tidak diperoleh secara langsung oleh pengumpul data (peneliti) namun melalui orang lain atau dokumen lain. Dalam penelitian ini, data sekunder yang didapatkan bersumber dari buku, internet, dan jurnal penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.4. Populasi dan Sampel

1) Populasi

Menurut Hermawan (2017), populasi merupakan suatu area yang terdiri dari subjek dan objek yang mempunyai ciri karakteristik berbeda yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti serta dapat diambil kesimpulannya. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah wisatawan atau pengunjung yang mengunjungi Desa Wisata Batulayang minimal 1 kali. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan dalam mendefinisikan populasi ini melibatkan karakteristik demografis, perilaku dan preferensi wisatawan

yang berkaitan dengan Desa Wisata Batulayang.

2) Sampel

Menurut Hermawan (2017) sampel merupakan suatu bagian dari subjek dan objek yang mewakili suatu populasi. Karena jumlah dan informasi kontak populasi tidak diketahui, maka dalam penelitian ini digunakan teknik sampling non peluang dengan teknik purposive sampling digunakan. Berdasarkan hal itu, 157 orang sebagai besaran sampel minimum dalam penelitian ini dianggap telah memadai. Sampel pada penelitian ini merujuk pada sekelompok wisatawan yang telah mengisi kuesioner menggunakan Google Form sebanyak 157 orang dengan terfokus terhadap pertanyaan mengenai preferensi wisatawan dan profil wisatawan, selama 2 bulan.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner terstruktur. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dapat dinilai efisien. Terdiri dari susunan daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang terpilih dan memenuhi syarat untuk mengisi kuesioner. Kuesioner akan disebar menggunakan Google Form, setelah itu responden harus memilih jawaban yang sudah tersedia pada kolom pertanyaan

3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pengujian dengan menggunakan Chi-Square diterapkan pada kasus dimana akan diuji apakah frekuensi data yang diamati (frekuensi/data observasi) sama atau tidak dengan frekuensi harapan atau frekuensi secara teoritis. Chi-Square disebut juga dengan Kai Kuadrat. Chi-Square adalah salah satu jenis uji

komparatif yang dilakukan pada dua variabel, di mana skala data kedua variabel adalah nominal. Apabila dari 2 variabel, ada 1 variabel dengan skala nominal maka dilakukan uji chi-square dengan merujuk bahwa harus digunakan uji pada derajat yang terendah.

3.7. Teknik Operasional Variabel

Tujuan dari adanya operasional variabel yaitu untuk menetapkan skala ukur pada setiap variabel yang masing-masing memiliki indikator berbeda, agar nantinya hipotesis yang akan diuji menggunakan alat bantu dapat dilakukan. Penelitian ini menggunakan skala nominal.

4. Hasil dan Pembahasan Penelitian

4.1 Segmentasi Geografis

Pada hasil penelitian yang dilakukan kepada wisatawan yang mengunjungi Desa Wisata Batulayang mayoritas berasal dari Jabodetabek.

4.2 Segmentasi Demografis

Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar dari responden berusia antara 19 - 24 tahun. Berdasarkan kelompok gender atau jenis kelamin, mayoritas adalah pria. Berdasarkan kelompok tingkat pendidikan, mayoritas memiliki pendidikan sekolah menengah atas. Berdasarkan kelompok pendapatan, mayoritas responden memiliki pendapatan 0 - Rp3.000.000,- dan memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta dengan mengunjungi tempat atau melakukan aktivitas tertentu di Desa Wisata Batulayang sebanyak satu kali.

4.3 Segmentasi Psikografi

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh responden tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kenyamanan mereka di lokasi, cuaca paling banyak disebut sebagai faktor

utama yang mempengaruhi tingkat kenyamanan mereka. Layanan camping ground memiliki kontribusi terbesar, menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap fasilitas camping ground sebagai komponen pelayanan yang sangat penting. Dalam hal preferensi transportasi responden dalam mobilitas mereka. Data tentang fasilitas yang dianggap penting oleh responden memberikan gambaran tentang faktor-faktor yang dapat memengaruhi pengalaman mereka, area bermain menjadi fasilitas paling dominan. Gambaran tentang preferensi dan minat responden selama kunjungan atau kegiatan tertentu diberikan oleh data aktivitas responden, mayoritas responden cenderung menghabiskan waktu untuk bermain di air terjun atau curug.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1. Kesimpulan

- 1) Pengunjung Desa Wisata Batulayang terdiri dari beberapa karakteristik yang dapat dibagi berdasarkan usia, gender, asal daerah kedatangan, tingkat pendidikan, pendapatan saat ini, jenis pekerjaan dan frekuensi berkunjung. Berdasarkan kelompok usia, sebagian besar dari 157 responden, 94 orang, atau 59,9% dari total, berusia antara 19 - 24 tahun. Kelompok usia 25 - 35 tahun memiliki distribusi yang lebih rendah dengan 28 orang 17.8%, 30 - 55 tahun 30 orang sebesar 19.1%, dan 5 orang atau 3.2% dari total yang menjawab untuk kelompok usia di bawah 18 tahun. Berdasarkan kelompok gender, dari 157 responden, 85 orang, atau 54.1%, adalah pria, dan 72 orang, atau 45.9%, adalah

wanita. Berdasarkan kelompok daerah asal kedatangan, dari 157 orang yang menjawab, 130 orang, atau 82,8% dari total, berasal dari Jabodetabek, 8,3% responden berasal dari Sumatera, Jawa Tengah 2.5% dan Jawa Timur 1.9%. Berdasarkan kelompok tingkat pendidikan, sekitar 59.2% pendidikan menengah atas, 31.2% memiliki gelar diploma atau sarjana, 2.5% responden memiliki gelar pascasarjana, 5.7% dengan tingkat pendidikan Sekolah Dasar, dan 1.3% Sekolah Menengah Pertama. Berdasarkan kelompok pendapatan, 49% responden memiliki pendapatan 0 - Rp3.000.000, 10.8% kelompok dengan pendapatan mulai dari 6.000.001- 9.000.000, 5.7% dengan pendapatan antara 9.000.001- 12.000.000, dan 3.2% untuk pendapatan di atas Rp12.000.000. Berdasarkan kelompok pekerjaan, dari 157 responden 35.7% adalah karyawan swasta, 22,9% dari kelompok pelajar/mahasiswa. Pegawai Negeri Sipil (PNS) memiliki presentase 1.9%, dan kategori "Lainnya" mencakup berbagai jenis pekerjaan yang tidak termasuk dalam kategori sebelumnya, sebanyak 22.9%. Berdasarkan kelompok frekuensi berkunjung, dari 157 responden, 50.3%, mengunjungi tempat atau melakukan aktivitas tertentu sebanyak satu kali, 19.1% dari responden melakukan aktivitas atau mengunjungi lokasi tersebut dua kali, kelompok yang mengunjungi tiga kali mencapai 8,3%, kelompok yang mengunjungi lebih dari tiga kali mencapai 22,3%.

2) Dalam segmentasi demografi (usia, gender atau jenis kelamin, pengasilan, pekerjaan, dan pendidikan), kelompok usia 19 hingga 24 tahun mendominasi, yang dapat diartikan bahwa kelompok usia ini cenderung lebih tertarik pada destinasi atau aktivitas yang terkait dengan kegiatan wisata alam. Hal ini dapat menjadi informasi penting bagi pihak pengelola untuk mengarahkan promosi atau pengembangan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi dan kebutuhan kelompok usia ini. Dari segi pekerjaan, responden yang bekerja sebagai karyawan swasta lebih tertarik atau memiliki lebih banyak waktu untuk mengunjungi lokasi atau melakukan aktivitas yang terkait dengan kegiatan wisata alam.. Hal ini dapat menjadi referensi bagi penyedia layanan atau lokasi untuk membuat program atau tawaran yang lebih menarik bagi karyawan swasta. Dominasi kelompok responden pria menunjukkan bahwa pria lebih tertarik pada tempat atau aktivitas yang diteliti. Informasi ini dapat digunakan untuk membuat strategi pemasaran yang lebih khusus dan sesuai dengan preferensi gender pengunjung. Seperti yang ditunjukkan oleh dominasi kelompok pendidikan tingkat SMA, orang yang memiliki tingkat pendidikan SMA cenderung lebih tinggi kebutuhannya dibandingkan dengan pengunjung yang memiliki tingkat pendidikan lainnya.. Informasi ini dapat digunakan oleh pihak pengelola untuk membuat program atau

penawaran yang lebih sesuai dengan tingkat pendidikan responden. Responden dengan pendapatan rendah hingga menengah mendominasi dengan pendapatan per bulan antara 0 - Rp3.000.000. Hal ini dapat digunakan sebagai dasar untuk membuat program harga atau penawaran khusus yang menarik perhatian kelompok ekonomi ini. Dalam hal frekuensi berkunjung, dominasi kelompok yang berkunjung sebanyak 1 kali menunjukkan bahwa destinasi atau aktivitas yang diteliti lebih cocok sebagai tujuan kunjungan sekali-kali. Hal ini dapat memberikan wawasan bagi pihak pengelola untuk mengoptimalkan pengalaman pengunjung yang hanya berkunjung sesekali.

Dari segi geografis, dominasi responden yang berasal dari Jabodetabek menunjukkan bahwa destinasi atau aktivitas yang diteliti lebih dikenal atau lebih mudah diakses oleh penduduk setempat. Hal ini dapat menjadi acuan untuk pengembangan promosi atau pengelolaan destinasi yang lebih terfokus pada pasar lokal.

Secara keseluruhan, hasil analisis segmentasi ini memberikan pandangan mendalam tentang profil (karakteristik) dan preferensi kelompok-kelompok tertentu, yang dapat digunakan untuk perencanaan strategis dan pengembangan lebih lanjut.

5.2. Saran

Berdasarkan analisis yang dilakukan dalam penelitian, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil analisis menunjukkan adanya perbedaan yang nyata pada wisatawan akan kebutuhan wisata. Sehingga perlu dilakukan segmentasi berdasarkan profil dan preferensi wisatawan akan bentuk wisata yang ditawarkan dengan ciri kegiatan wisata alam.
 - 2) Untuk menangani persaingan bisnis, Desa Wisata Batulayang harus mempertahankan paket wisata yang menggabungkan keindahan pedesaan, atraksi budaya, dan pelestarian lingkungan sekitar.
 - 3) Untuk penelitian lebih lanjut, segmentasi wisatawan masih perlu dilakukan di beberapa lokasi yang memiliki tujuan keberlanjutan lingkungan. Di tempat-tempat ini, wisatawan dengan minat khusus diperlukan untuk mempertahankan bisnis dan kelestarian lingkungan.
- Kotler dan Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran*. (B. Molan, Trans.) Jakarta: Indeks.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: ALFABETA.
- Sunanto. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: AMUS.
- Yoeti, O. A. (1996). *1996*. Bandung: Angkasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Danang, S. (2013). *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama.
- Darsono. (2005). *Pengertian Desa*. Retrieved from <http://desasentonorejo.wordpress.com/bab-ii/>
- Hadjiwijoyo. (2012). *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Khotler dan Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.