

## Manajemen Preferensi Wisatawan Di Desa Wisata Kandri serta Implikasinya Bagi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan

Rudi Prasetyo Ardi<sup>1</sup>, Nina Mistriani<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Bina Nusantara.

<sup>2</sup>Program Studi Pariwisata, Stiepari Semarang.

<sup>1</sup>Email: [ri3322ok@gmail.com](mailto:ri3322ok@gmail.com)

<sup>2</sup>Email: [ninamistriani@gmail.com](mailto:ninamistriani@gmail.com)

### Abstrak

Perkembangan program pemasaran berbasis pariwisata yang berkelanjutan dengan menggunakan bauran pemasaran merupakan salah satu kebijakan dalam mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Penentuan pasar yang mengutamakan kualitas pengalaman serta kepedulian terhadap keberlanjutan merupakan landasan pemasaran pariwisata berkelanjutan. Potensi pariwisata di Jawa Tengah terutama desa wisatanya cukup potensial sebagai kawasan desa wisata dapat meningkatkan kunjungan wisatawan. Penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 100 responden serta pihak pengelola dan komunitas lokal yang terlibat dalam usaha wisata. Hasilnya terlihat bahwa kebijakan yang diambil dapat memusatkan pada 2 segmen yaitu kelompok usia kurang dari 20 tahun dan usia 21 hingga 30 tahun yang memiliki preferensi *ecotourism* dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan.

**Kata Kunci:** manajemen, pariwisata berkelanjutan, desa kandri

### *Management of Tourist Preferences in the Kandri Tourism Village and Its Implications for Sustainable Tourism Development*

#### *Abstract*

*The development of a sustainable tourism-based marketing program using a marketing mix is one of the policies in realizing sustainable tourism development. Determining a market that prioritizes the quality of experience and concern for sustainability is the cornerstone of sustainable tourism marketing. The tourism potential in Central Java, especially the tourist village, is quite potential as a tourist village area that can increase tourist visits. This research was conducted by involving 100 respondents as well as the management and local communities involved in the tourism business. The results show that the policies taken can focus on 2 segments, namely the age group less than 20 years and ages 21 to 30 years who have ecotourism preferences in realizing sustainable tourism.*

**Keywords:** management, sustainable tourism, kandri village

## PENDAHULUAN

Prinsip ekowisata berfokus pada pelestarian alam yang berkelanjutan, tentunya masyarakat dan berbagai pihak lainnya memahami pegemasan pengembangan ekowisata untuk meningkatkan pasar memerlukan role model pariwisata yang berwawasan lingkungan tetap mengkonservasi alam, aspek pemberdayaan ekonomi Masyarakat lokal, serta aspek pembelajaran. Sehingga SDM pariwisata memberikan pengalaman interpretative yang mengesankan bagi pengunjung untuk meminimalkan dampak lingkungan. Tentunya hal ini dapat dilakukan dengan kebijakan yang diambil dapat memusatkan pada 2 segmen yaitu kelompok usia yang memiliki preferensi *ecotourism* dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Maka, permasalahan yang muncul perlunya manajemen preferensi wisatawan implikasi pada pariwisata berkelanjutan.

Informasi yang berkaitan dengan pasar tersebut akan memudahkan pengelola dalam menjaring ekowisatawan yang berkualitas. Sektor pariwisata saat ini menjadi salah satu sektor unggulan bagi pemerintah Republik Indonesia dalam mendapatkan devisa negara. Perkembangan pariwisata dewasa ini sangat pesat dan memberikan peluang terhadap pertumbuhan ekonomi nasional maupun regional (Hunter, 1995). Kota

Semarang merupakan salah satu daerah otonomi di Provinsi Jawa Tengah, sebagai ibu kota dari Provinsi Jawa Tengah ini Kota Semarang merupakan daerah yang sedang berkembang. Kota Semarang berada di wilayah yang sangat strategis terletak antara jalur Jakarta - Surabaya yang lebih di kenal dengan Jalur Pantura. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah akan mengembangkan sebanyak 67 desa yang potensial di Jawa Tengah, untuk dijadikan kawasan desa wisata guna peningkatan kunjungan wisatawan. Pengembangan sebanyak 67 desa wisata tersebut mendapatkan alokasi dana dari Kemenparekraf sebanyak Rp5,3 miliar. Pengembangan desa wisata ini untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jawa Tengah khususnya kota Semarang, apalagi dukungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat baik, terlihat dari alokasi bantuan dan pengembangan yang juga mengalami peningkatan. Desa wisata adalah Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, makanan- minuman, dan kebutuhan wisata lainnya. Proses terbentuknya kandi menjadi sebuah desa wisata bermula dari keinginan yang kuat dari masyarakat desa tersebut (Liu, 2003). Masyarakat rutin melakukan forum-forum pertemuan seperti temu RT, RW dan pengajian. Dari pertemuan tersebut masyarakat berinisiatif untuk menjadikan kandi menjadi sebuah desa wisata dengan menggali seluruh potensi yang ada, menyusun rencana pengembangan, menata lingkungan, membuka pola pikir dan tindak studi banding serta pelatihan).

## TEORI

### Pariwisata yang Berkelanjutan

Sutamihardja dalam (Kurniawati, 2013), dalam konsep pembangunan berkelanjutan, tabrakan kebijakan yang memungkinkan dapat terjadi antara kebutuhan menggali sumberdaya alam untuk memerangi kemiskinan dan kebutuhan mencegah terjadinya degradasi lingkungan perlu dihindari serta sejauh mungkin dapat berjalan secara berimbang. pembangunan berkelanjutan juga mengharuskan pemenuhan kebutuhan dasar bagi masyarakat dan adanya kesempatan yang luas kepada warga masyarakat untuk mengejar cita-cita akan kehidupan yang lebih baik dengan tanpa mengorbankan generasi yang akan datang. Akan tetapi kenyataannya aktivitas produksi yang tinggi dapat saja terjadi bersamaan dengan kemelaratan yang tersebar luas. Kondisi ini dapat membahayakan lingkungan. Jadi pembangunan berkelanjutan mensyaratkan masyarakat terpenuhi kebutuhan dengan cara meningkatkan potensi produksi mereka dan sekaligus menjamin kesempatan yang sama semua orang.

Menurut Hadiwijoyo dalam (Yatmaja, 2019) menerangkan bahwa pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pembangunan kepariwisataan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dengan tetap memperhatikan kelestarian, memberi peluang bagi generasi muda untuk memanfaatkan dan mengembangkannya berdasarkan tatanan sosial yang telah ada. Sehingga pariwisata berkelanjutan disini lebih dilandasi oleh upaya pemberdayaan (*empowerment*) baik dalam batasan sosial, ekonomi, maupun kultural. Artinya, pariwisata berkelanjutan menjadikan masyarakat sebagai aktor utama dalam usaha kepariwisataan untuk menggerakkan roda pariwisata daerah serta menikmati manfaat pariwisata yang lebih besar.

Aronsson (2000) menyampaikan beberapa pokok pikiran tentang interpretasi pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu 1) mampu mengatasi permasalahan sampah lingkungan, 2) keberpihakan pada pembangunan berskala kecil berbasis komunitas lokal /setempat, 3) menempatkan daerah tujuan wisata sebagai penerima manfaat dari pariwisata, 4) menekankan pada keberlanjutan budaya dan mempertahankan bangunan tradisional dan peninggalan budaya di daerah tujuan wisata. Dengan demikian terjadi pergeseran paradigma pemasaran yaitu dari pengertian pemasaran tradisional yang berorientasi keuntungan beralih pada suatu proses pemasaran yang mengutamakan keberlanjutan sistem kehidupan yang berlangsung di destinasi pariwisata yang bersangkutan. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Jamrozy (2007) bahwa model pemasaran pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism marketing*) berusaha menyeimbangkan aspek ekonomi, aspek keadilan sosial bagi masyarakat dan aspek pelestarian lingkungan ke dalam model pemasaran.

Pendekatan siklus hidup destinasi wisata dan pergeseran paradigma menuju keberlanjutan secara alami dapat ditelusuri melalui pendekatan evolusi pemasaran. Hovinen dalam (Yatmaja, 2019) riset di Lancaster Country menemukan bahwa penurunan secara drastic dan potensial terhadap *destination live cycle* terjadi di masa mendatang apabila tidak ada perencanaan strategis dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan. Jamrozy dalam (Yatmaja, 2019) menyatakan ketika pendekatan alternative pemasaran pariwisata mencakup pertimbangan social seperti dampak pariwisata dan strategi segmentasi berbasis lingkungan, maka ada tiga aspek mendasar yang menjadi tujuan pariwisata agar lebih berkesinambungan dengan mengadopsi sudut pandang pemasaran pariwisata yang terintegrasi.

## Daya Tarik Wisata Alam

Fandeli (2000) mengatakan bahwa atraksi yang dijual bertumpu pada alam, sehingga pengembangannya memperhatikan beberapa aspek sebagai berikut: 1. Karakter atraksi wisata alam Kepariwisata alam ditentukan oleh keberadaan perilaku dan sifat dari alam. Atraksi alam berupa gunung, hutan, lembah, mempunyai kondisi, sifat dan perilaku yang bila terjadi kerusakan pemulihannya akan memakan waktu yang lama dan tidak mungkin sama dengan bentuk ekosistem sebelumnya. Di dalam kawasan terdapat beberapa objek alam yang jarang sekali memiliki kemiripan yang sama. Oleh karena itu, pengembangannya harus memperhatikan daya dukungnya. Upaya yang dilakukan dalam pengembangannya yaitu harus di buat zonasi, terhadap perilaku wisatawan yang ketat. Adapun kriteria pemanfaatan kawasan wisata alam meliputi a) zona intensif yaitu kawasan wisata massal atau tidak rentan. b) Zona ekstensif sebagai kawasan wisata alam yang agak rentan. c) Zona dilindungi sebagai kawasan wisata alam yang meliputi cagar alam dan taman nasional yang memiliki sifat rentan (Fandeli 2000). 2. Kriteria Amenitas Hal yang patut mendapat perhatian adalah pelayanan yang baik, makanan sehat dan keamanan. Aspek dari amenitas adalah kemudahan dalam mendapatkan saluran informasi. Sistem informasi kepariwisataan alam seringkali menjadi faktor penghambat karena keterbatasan informasi, peta, leaflet, booklet yang akan menurunkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. 3. Kriteria Aksesibilitas, berkaitan dengan tersedianya sarana transportasi yang beragam, sangat membantu kelancaran perjalanan wisatawan. Hal yang paling penting adalah aspek keamanan dalam perjalanan wisata. 4. Pola kegiatan wisata alam Pola wisatawan melakukan perjalanan ke alam menimbulkan pola kegiatan yang berbeda, antara lain yaitu berkendara untuk bersenang-senang dan bersantai, jalan-jalan untuk bersenang-senang, bermain di alam dan berenang, studi alam, sightseeing yang menitik beratkan untuk melihat budaya, berkemah (Streimikiene *et al.*, 2021).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Melalui penelitian kualitatif Basrowi & Suwandi menuturkan bahwa peneliti dapat mengenali subjek, merasakan apa yang dialami subjek dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian kualitatif di dalamnya melibatkan peneliti sehingga akan paham mengenai konteks dengan situasi dan setting fenomena alami sesuai yang sedang diteliti. Dari setiap fenomena merupakan sesuatu yang unik, berbeda dengan yang lainnya karena berbeda konteksnya. (Fadli, 2021). Fenomena yang dikaji yaitu preferensi wisatawan berdasarkan karakter sosio demografis, psikografis serta implikasinya terhadap konsep pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Lokasi dalam penelitian ini yaitu Desa Wisata Kandri. Pihak-pihak yang akan menjadi sumber informasi atau informan antara lain yaitu: wisatawan dengan jumlah 100. Upaya memperoleh data dilakukan dengan cara melakukan observasi, wawancara, dokumentasi dan melalui kajian pustaka teknik pengambilan sampel yaitu secara accidental. Selain itu peneliti juga melibatkan pihak pengelola serta komunitas lokal yang terlibat dalam usaha wisata.

Wawancara dilakukan kepada wisatawan yang ditetapkan sebagai informan, serta komunitas lokal yang terlibat dalam usaha wisata di sekitar kawasan dan pengelola. Sifat dari wawancara bebas terpimpin yaitu peneliti bebas menanyakan apa saja, namun tetap membawa pedoman pertanyaan yang hanya merupakan garis besarnya saja. Alasan peneliti menggunakan metode ini agar memperoleh informasi sebanyak-banyaknya namun masih tetap terkendali. Pada saat melakukan wawancara peneliti menggunakan alat bantu berupa panduan daftar pertanyaan yang berfungsi sebagai pengendali agar proses wawancara tidak kehilangan arah, tidak ada item yang terlewatkan dan menghemat waktu.

## Variabel dan Definisi Konsep

No.	Variabel	Definisi Konsep
1.	Preferensi	Merupakan kesukaan konsumen dari berbagai pilihan produk. Yang digunakan untuk melakukan segmentasi pasar, dalam hal pembuatan profil wisatawan. Preferensi dipengaruhi oleh faktor geografis, sosio demografis dan psikografis (Kotler, 2003)
2.	Karakter Sosio Demografis	Merupakan segmentasi sosial ekonomi dan demografis yang meliputi usia, pekerjaan, pendidikan, penghasilan, status perkawinan. (Mill dan Morrison, 2002).
3.	Karakter Psikografis	Merupakan segmentasi yang terpusat pada analisis karakteristik gaya hidup dan kepribadian Dimensi gaya hidup meliputi aktivitas wisatawan dalam berwisata, ketertarikan serta tanggapan wisatawan terhadap daya tarik wisata (Bennett, 2001)

No.	Variabel	Definisi Konsep
4.	Pemasaran pariwisata berkelanjutan ( <i>sustainable tourism marketing</i> )	Bentuk pemasaran yang berusaha menyeimbangkan aspek ekonomi, aspek keadilan sosial bagi masyarakat dan aspek pelestarian lingkungan ke dalam model pemasaran (Jamrozy, 2007)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Preferensi Wisatawan Berdasarkan Karakter Sosio Demografis

#### a. Berdasarkan Usia Wisatawan

Wisatawan dalam penelitian ini dilakukan dengan melibatkan 100 responden serta pihak pengelola dan komunitas lokal yang terlibat dalam usaha wisata. Fokus pada kelompok usia kurang dari 20 tahun sampai 30 tahun yang memiliki preferensi ecotourism dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Sebagian besar wisatawan yang berkunjung masih dalam bentuk konvensional yaitu secara rombongan. Menurut hasil wawancara dengan pengelola bahwa mereka bukan jenis wisatawan yang memiliki tingkat belanja yang tinggi, tetapi karena jumlahnya yang banyak mampu memainkan peranan dalam penerimaan wisata bagi daerah tujuan, sedangkan perilaku buruk yang sering muncul yaitu cenderung mengganggu aktivitas wisatawan lain serta melakukan aksi corat-coret di sekitar kawasan. Dengan demikian perlu adanya papan petunjuk peringatan serta informasi mengenai tata tertib dalam berkunjung. Berdasarkan observasi menunjukkan bahwa masing-masing wisatawan dari kalangan usia muda memiliki perilaku berbeda-beda antara lain yaitu : 1) Menyenangi lokasi ramai dengan mobilitas yang tinggi maka aktivitas yang dilakukan hanya jalan-jalan di seputar kawasan yang ramai, dan sekedar menyaksikan orang-orang yang berwisata. 2) Memilih kawasan yang menyajikan bentuk petualangan (Mill dan Morrison, 2002:70). Mereka mendominasi ke bukit dan kawasan Hutan Wisata. 3) bagi pasangan muda-mudi memilih lokasi yang sejuk, pemandangan alam, tidak ramai, bahkan lokasi yang berbahaya. Usia berpengaruh terhadap dalam pemilihan jenis destinasi dan kegiatan wisatanya semakin bertambah usia seseorang, maka dalam melakukan kegiatan wisata, wisatawan akan memiliki keterbatasan dalam bergerak dan cenderung memilih kawasan yang memiliki medan yang tidak terlalu berat dan cenderung menyenangkan suasana yang tenang, tersedianya fasilitas umum dan kawasan yang tidak beresiko. Kelompok ini sebatas menghilangkan kejenuhan terhadap aktivitas sehari-hari serta memainkan peranannya sebagai orang tua untuk menciptakan suasana keharmonisan dengan menikmati udara, pemandangan dan sarana bermain anak-anak. Implikasinya yaitu pengelola perlu menyediakan papan petunjuk peringatan serta informasi mengenai tata tertib dalam berkunjung bagi wisatawan kalangan remaja, agar dalam melakukan kegiatannya menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan.

#### b. Berdasarkan Jenis Kelamin Wisatawan

Mill dan Morrison (2002) mengatakan bahwa wisatawan dari kalangan laki-laki cenderung melakukan aktivitas yang berhubungan dengan kegiatan alam. Sedangkan Pearce dan Caltabino (1998) mengatakan bahwa wisatawan laki-laki cenderung memperhatikan kebutuhan cinta dan berkelompok. Namun perbandingan jumlah antara wisatawan laki-laki dengan perempuan yang berkunjung tidak terlalu mencolok. Mengingat mereka sebagai pasangan suami istri dan sepasang muda-mudi yang datang secara berpasangan. Fenomena ini diperkuat dengan pendapat Mill dan Morrison bahwa jenis kelamin memberikan pengaruh yang berbeda terhadap pilihan destinasi dan aktivitasnya. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa perempuan lebih mempertimbangkan fasilitas belanja, toilet dan tempat beristirahat, dengan demikian implikasinya yaitu pihak pengelola perlu menyediakan fasilitas shelter yang memadai. Temuan tersebut didukung oleh Marpaung, (2000). Bahwa wisatawan perempuan lebih tertarik pada pusat perbelanjaan, rumah makan, dan cenderung mudah lelah.

#### c. Berdasarkan Jenis Pekerjaan Wisatawan

Mengingat pelajar sebagai pasar utama hendaknya mampu memberikan unsur pendidikan dan pembelajaran. Adanya motif mencari pengalaman baru tidak hanya sekedar mengelilingi destinasi saja, tetapi lebih mementingkan pengetahuan yang dapat menambah wawasan. Mayoritas wisatawan yang berkunjung Hal yang perlu diperhatikan yaitu tersedianya masyarakat sekitar yang mampu memberikan penjelasan berkaitan dengan makna dari masing-masing kawasan sehingga wisatawan mampu mendapatkan sesuatu yang berguna.

Bagi kalangan pegawai swasta khusus keluarga muda, kunjungan mereka sebatas melepas rutinitas serta mengisi waktu luang disaat hari libur yaitu pada hari Sabtu dan Minggu. Bagi kalangan wiraswasta, kecenderungan mereka tidak berbeda dengan karyawan perusahaan, hanya saja mereka memiliki waktu yang lebih luang daripada karyawan swasta, serta bentuk kunjungannya lebih bersifat individual. Wisatawan yang waktu berkulturnya dipengaruhi hari libur dan cuti cukup mendominasi. Hal ini berarti bahwa kawasan ini akan lebih banyak dikunjungi wisatawan pada hari libur dan masa liburan. Dengan demikian implikasinya yaitu perlu menciptakan paket wisata disaat musim liburan sehingga mampu mengembangkan produk yang sesuai dengan prinsip keberlanjutan.

#### **d. Berdasarkan Tingkat Pendidikan Wisatawan**

Tingkat pendidikan wisatawan berhubungan dengan aktivitas serta motif berwisata. Bahwa wisatawan yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi lebih tertarik mempelajari budaya, lingkungan dan membutuhkan fasilitas umum. Aktivitasnya cenderung berkaitan dengan bentuk Marpaung (2000). permainan olah raga, budaya, serta mengunjungi hutan liar (Mill dan Morrison, 2002). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa para pengunjung didominasi oleh wisatawan dengan pendidikan terakhir SMU, yang mayoritas dari kalangan mahasiswa. Mereka cenderung melakukan aktivitas yang dapat menciptakan rasa kebersamaan antar komunitasnya atau antar anggotanya. Aktivitas yang banyak dilakukan yaitu berkaitan dengan permainan yang dapat melibatkan seluruh anggota komunitasnya. Mereka lebih memilih lokasi yang sekiranya bebas dari gangguan wisatawan lain di luar komunitasnya meskipun pada akhirnya mereka berbaur dengan wisatawan yang lain. Sama halnya dengan wisatawan dari kalangan mahasiswa pecinta alam, kecenderungan mereka justru menghindari keramaian atau kegiatan wisatawan lain. Aktivitas yang dilakukan oleh sebagian dari mereka terlibat didalam pelestarian alam, yang tergolong sebagai ecotourist. Informasi yang diperoleh menunjukkan bahwa ada kemudahan transfer pengetahuan antara wisatawan dengan alam dan antara wisatawan dengan pengelola. Transfer pengetahuan akan berjalan dengan baik dan memadai. Selain dari kalangan mahasiswa mayoritas pengunjung didominasi oleh wisatawan dengan pendidikan terakhir SMP. Lokasi yang banyak dikunjungi yaitu seputar area bermain. Mereka hanya sekedar menyenangi kawasan yang ramai dikunjungi oleh wisatawan. Implikasinya yaitu perlu adanya pusat informasi terkait karakter destinasi, khususnya mengenai fenomena Merapi.

#### **e. Berdasarkan Tingkat Penghasilan Wisatawan**

Tingkat penghasilan merupakan faktor yang mampu membentuk permintaan wisatawan terhadap kegiatan berwisata. Jumlah uang yang harus dibelanjakan untuk segala aktivitas selama melakukan perjalanan, merupakan faktor yang dipertimbangkan (Mill dan Morrison, 2002 ). Secara umum permintaan wisatawan berhubungan dengan penghasilan dapat dilihat dari seberapa besar uang yang dibelanjakan, lama tinggal serta pemilihan tempat berlibur. Hasil survei menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan memiliki tingkat penghasilan yang relative kecil, dan belum berpenghasilan. Temuan tersebut disebabkan kawasan ini didominasi wisatawan dengan jenis pelajar dan mahasiswa. Kondisi ini berpengaruh terhadap total belanja wisatawan, semakin tinggi tingkat penghasilan wisatawan maka semakin tinggi tingkat belanja wisatawan. Berdasarkan wawancara bahwa pengeluaran wisatawan digunakan untuk keperluan membayar ticket masuk kawasan, makan dan minum. Informasi lain yang diperoleh adalah wisatawan bersedia mengeluarkan uang lebih untuk menikmati atraksi yang tidak biasa di kawasan ini. Adapun lokasi di luar Kawasan Kandri didominasi wisatawan dengan penghasilan diatas 1 juta, dimana wisatawan tersebut mampu membelanjakan uangnya dalam jumlah yang lebih besar dibanding dengan wisatawan yang mengunjungi kawasan yang lain. Hal ini dikarenakan Desa wisata lainnya telah menawarkan daya tarik yang meliputi restoran, penginapan dan souvenir. Dengan demikian perlu adanya penyesuaian harga terhadap produk yang ditawarkan kepada wisatawan, tentunya dengan harga yang lebih menjangkau wisatawan.

#### **f. Berdasarkan Status Perkawinan**

Hasil survei menunjukkan bahwa wisatawan yang belum menikah sering melakukan kunjungan ulang dan selalu ingin kembali lagi, dibandingkan wisatawan yang berstatus sudah menikah. Mengingat mereka yang belum menikah memiliki waktu luang yang lebih besar, sehingga untuk melakukan kegiatan berwisatapun juga berpeluang besar. Bagi wisatawan yang sudah menikah dan melakukan kunjungan bersama anaknya cenderung menyenangi atraksi yang menawarkan fasilitas yang tidak beresiko, dan yang paling utama dapat memenuhi kebutuhan anak-anak mereka. Hasil dari wawancara bahwa wisatawan jenis ini akan merasa puas bila peranan mereka sebagai orang tua terpenuhi. Sejalan dengan Mill dan Morrison, (2002) bahwa wisatawan setelah menikah dan mempunyai anak, hal ini akan membawa perubahan didalam kebiasaan berwisata, yaitu untuk

kepuasan sebagai orang tua. Implikasinya yaitu perlu meningkatkan pelayanan keamanan kepada wisatawan khususnya bagi wisatawan yang sudah berkeluarga.

#### **g. Implikasi bagi Konsep Pengembangan Pariwisata yang Berkelanjutan**

Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dapat mengacu pada strategi pemasaran yang telah dilakukan. Berdasarkan kondisi tersebut di atas, maka tujuan program adalah untuk menanggapi segmen pasar wisata saat ini dan mengembangkannya serta mencari segmen pasar baru. Untuk mencapai tujuan tersebut, dikembangkan program pemasaran pariwisata yang berkelanjutan dengan menggunakan bauran pemasaran. Penerapan konsep pemasaran pariwisata berkelanjutan merupakan kebijakan dalam mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Penentuan pasar yang mengutamakan kualitas pengalaman serta kepedulian terhadap keberlanjutan merupakan landasan pemasaran pariwisata berkelanjutan. Dalam pengembangan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan tetapi juga memperhatikan karakteristik produk. Adapun yang perlu diperhatikan antara lain yaitu : Penentuan segmen pasar meliputi 3 kelompok yaitu 1) usia kurang dari 20 tahun dengan kegiatan sightseeing, edukasi, mencari pengetahuan dan studi tour. Sedangkan segmen kedua yaitu usia 21 hingga 30 tahun dengan motivasi yang tidak jauh berbeda. Dan segmen ketiga merupakan kelompok pekerja dengan motivasi rekreasi. Terkait dengan target pasar masih menggunakan kebijakan yang memusatkan pada 2 segmen yaitu kelompok usia kurang dari 20 tahun dan usia 21 hingga 30 tahun yang memiliki *preferensi ecotourism*

#### **SIMPULAN**

Penentuan segmen pasar meliputi usia kurang dari 20 tahun dengan kegiatan sightseeing, edukasi, mencari pengetahuan dan studi tour dan usia 21 hingga 30 tahun dengan motivasi yang tidak jauh berbeda, sedangkan segmen ketiga merupakan kelompok pekerja dengan motivasi rekreasi. Terkait dengan target pasar masih menggunakan kebijakan yang memusatkan pada 2 segmen yaitu kelompok usia kurang dari 20 tahun dan usia 21 hingga 30 tahun yang memiliki *preferensi ecotourism*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amerta, I. M. S., Sara, I. M., & Bagiada, K. (2018). Sustainable tourism development. *International research journal of management, IT and social sciences*, 5(2), 248-254.
- Bungin, B. (2007). Analisis data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada
- Handoko, T.H. (2003). Manajemen Edisi 2. Yogyakarta; BPFE
- Hunter, C. J. (1995). On the need to re-conceptualise sustainable tourism development. *Journal of sustainable tourism*, 3(3), 155-165.
- Karyoso. (2005). Manajemen Perencanaan dan Anggaran, PTIK PRESS & RESTU AGUNG : Yogyakarta Moleong, Prof. Dr. Lexy J. M.A.2007. Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi. Bandung : PT Remajam Rosdakarya.
- Liu, Z. (2003). Sustainable tourism development: A critique. *Journal of sustainable tourism*, 11(6), 459-475.
- Nawawi, H.H. (2005). Manajemen strategik Organisasi Non Profit Bidang Pemerintahan. Yogyakarta : Gadjah Mada University.
- Rangkuti, F. (2006). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Salusu, J. (1996). Pengambilan Keputusan Strategik Untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit. Jakarta: PT Gramedia Widia Sarana Indonesia.
- Siagian, S.P. (2005). Manajemen Strategik. Jakarta : Bumi Aksara Sugiyono, DR., S.H. 1999. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: UPP AMP YKPN
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskis, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271.
- Suwitri, S. (2009). Konsep Dasar Kebijakan Publik. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Usman, H. dan P.S. Akbar. (2007). Metodologi Penelitian Sosial. Jakarta: Bumi Aksara.
- Fadli, M.R. (2021) 'Memahami desain metode penelitian kualitatif', *Humanika*, 21(1), pp. 33–54. Available at: <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>.
- Kurniawati, R. (2013) 'Modul Pariwisata Berkelanjutan', *Pariwisata Berkelanjutan*, p. 71. Available at: <https://www.academia.edu/download/48373609/196754237-Modul-Pariwisata-Berkelanjutan.pdf>.
- Yatmaja, P.T. (2019) 'Efektivitas Pemberdayaan Masyarakat Oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan', *Administratio: Jurnal Ilmiah Administrasi Publik dan Pembangunan*, 10(1), pp. 27–36. Available at: <https://doi.org/10.23960/administratio.v10i1.93>.